

POLIITTINEN REMIX-VIDEO – VAIKUTA VIDEOEDITOIMALLA!

Tapio Haaja

Taiteen maisterin opinnäytetyö

Medialaboratorio, Median laitos, Taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu, Aalto-yliopisto

2013





Tekijä Tapio Haaja

Työn nimi Poliittinen remix-video – vaikuta videoeditoimalla!

Laitos Median laitos

Koulutusohjelma Uusi media

Vuosi 2013

Sivumäärä 72

Kieli Suomi

Tiivistelmä

Poliittinen remix-video on yksi tee-se-itse -mediatuotannon genre, jolla tekijät kritisoivat valtarakenteita, purkavat sosiaalisia myyttejä ja haastavat hallitsevan median.

Lähdin tekemään opinnäytetyötä poliittisista remix-videoista, koska halusin käyttää taitojani edistämään asioita joihin syvästi uskon. Työskentelin promotuottajana MTV Mediassa vuodesta 2003 vuoteen 2012 tehden tuhansia tv-promoja. Promot ovat tv-ohjelmien mainoksia, joita tv-kanavat näyttävät ohjelmien mainostauoilla. Promoilla tv-kanavat pyrkivät vaikuttamaan ihmisten television katseluun. Yhtä lailla poliittisten remix-videoiden tekijöillä on aina taustalla halu vaikuttaa esimerkiksi ihmisten käyttäytymiseen, ajatuksiin tai arvomaailmaan. Pohjimmiltaan molemmat tähtäävät siis siihen, että voisivat jollain tavalla vaikuttaa ihmisiin.

Tv-promot käyttävät usein lähtökohtanaan vakiintuneita lähestymistapoja. Lähestymistavalla tässä yhteydessä tarkoitan eri lajityypeille vakiintuneita tapoja ja rakenteita editoida sekä koostaa videoita. Lähestymistapa nopeuttaa ja helpottaa työtä huomattavasti. Mielessäni heräsi kysymys voinko löytää poliittisten remix-videoiden tekemiseen samanlaisia selkeitä ja yksinkertaisia lähestymistapoja kuin tv-promojen tekemiseen? Näistä olisi hyötyä itselleni ja kaikille videoharrastajille, jotka haluavat tehdä poliittisia remix-videoita.

Opinnäytetyö koostuu kirjallisesta osiosta ja kolmesta taiteellisesta produktiosta. Analysoimalla kahdeksan olemassa olevaa poliittista remix-videota tavoitteeni on löytää selkeitä audiovisuaalisia ja sisällöllisiä lähestymistapoja, joiden pohjalle monet poliittiset remix-videot rakentuvat. Tekemällä kolme poliittista remix-videota tavoitteeni on todentaa, että näitä audiovisuaalisia ja sisällöllisiä lähestymistapoja käyttämällä videoharrastajat voivat luoda poliittisia remix-videoita helposti ja tehokkaasti.

Avainsanat poliittinen, remix-video, videoeditointi, kansalaisaktivismi

Kiitos

Sanna Marttila, Maria Alexa Haaja, vanhemmat ja MTV Oy.

Sisällysluettelo

1 Johdanto	8
2 Opinnäytetyön lähtökohdat ja tavoitteet	9
2.1 Tutkimushypoteesit	10
2.2 Tutkimusmenetelmät	10
2.3 Keskeisten käsitteiden määrittely.....	10
2.3.1 Poliittinen remix-video.....	10
2.3.2 Remix ja mashup	11
3 Konteksti	12
3.1 Osallistuva kulttuuri	12
3.2 Videotasavalta.....	13
3.2.1 Uusi paikka keskustella, kritisoida ja kommentoida	15
3.2.2 Tekijöiden roolit ja eri tyyppiset videot	16
3.2.3 Videotasavallan sijainti	17
3.3 Viraalivideo	18
3.4 Remix-kulttuuri	19
3.5 Poliittisen-remix videon lyhyt historia	20
3.6 Lainsäädäntö ja remix	21
3.6.1 Reilu käyttö (engl. fair use)	22
3.6.2 Creative Commons	22
3.6.3 Public domain.....	23
4 Poliittisten remix-videoiden analysointi ja lähestymistapojen löytäminen.....	23
4.1 Analysoitavien videoiden valinta	23
4.2 Video 1: Keeping America Scared	25
4.2.1 Lähestymistapa 1: Supercut	26
4.3 Video 2: Bush and Blair's Endless Love	27
4.3.1 Lähestymistapa 2: Huulisynkroni (engl. lip sync)	28
4.4 Video 3: Earth the Pale Blue Dot: Revolutions	29
4.4.1 Lähestymistapa 3: Siteerauksen kuvittaminen	30
4.5 Video 4: Teuvo Hakkorainen – Bileet minareetin tolpan nokassa	31
4.5.1 Lähestymistapa 4: Ääni-remix	32
4.6 Video 5: I'am not Moving – Short Film	33
4.6.1 Lähestymistapa 5: Lyhytelokuva	34

4.7	Video 6: Mr. Mondialisation – We Want Your Soul	35
4.7.1	Lähestymistapa 6: Musiikkivideo	36
4.8	Video 7: Hitler kuulee mediamaksusta	37
4.8.1	Lähestymistapa 7: Valetekstitys	38
4.9	Video 8: Go Forth and Revolt	39
4.9.1	Lähestymistapa 8: Vastamainos	40
4.10	Yhteenveto löydettyistä lähestymistavoista	40

5 Osallistuminen videotasavaltaan: poliittisten remix-videoiden tekeminen..... 42

5.1	Video 1: Musiikkivideo // Kurre – Kuuden vuoden kuuliaisuus.....	42
5.1.1	Inspiraatio, idea ja tavoitteet	43
5.1.2	Materiaalin hankinta.....	44
5.1.3	Tekoprosessi.....	45
5.1.4	Levitys ja vastaanotto.....	46
5.2	Video 2: Hitler kuulee pakkoruotsista.....	49
5.2.1	Inspiraatio, idea ja tavoitteet	49
5.2.2	Materiaalin hankinta.....	50
5.2.3	Tekoprosessi.....	51
5.2.4	Levitys ja vastaanotto.....	52
5.3	Video 3: Vladimir Putin Performs "Somewhere Over the Rainbow"	55
5.3.1	Inspiraatio, idea ja tavoitteet	55
5.3.2	Materiaalin hankinta.....	56
5.3.3	Tekoprosessi.....	58
5.3.4	Levitys ja vastaanotto.....	59

6 Päätelmät..... 61

6.1	Tutkimushypoteesien todentuminen.....	61
6.2	Reflektointi	62
6.3	Ohjeita poliittisten remix-videoiden tekemiseen	64

7 Lähdeluettelo..... 67

8 Kuvaotsikkoluettelo..... 71

1 Johdanto

Keväällä 2011 perussuomalaiset ottivat eduskuntavaaleissa Suomen historian suurimman vaalivoiton. Puolueen kannatus nousi 19%:in ja se sai itselleen 34 uutta kansanedustajapaikkaa. Yksi uusista valituista kansanedustajista oli viitasaarelainen Teuvo Hakkarainen. Ensimmäisenä työpäivänään Helsingin Sanomien videohaastattelussa¹ Hakkarainen arvosteli kovin sanoin maahanmuuttoa ja puhui rasistisesti ”neekeriukoista” ja jäljitteli minareetin rukouskutsua. Helsingin Sanomien video levisi nopeasti internetissä aiheuttaen pahennusta. Parin päivän sisällä videon julkaisusta sosiaalisessa mediassa alkoi liikkua useita videoita, joissa Helsingin Sanomien videossa ollut Hakkaraisen rukouskutsua yhdistettiin esimerkiksi intialaiseen bhangramusiikkiin ja Hakkaraisen puoluetoverin Kike Elomaan esittämään *Suomi on mun maa* –kappaleeseen. Yhtä näistä videoista (*Teuvo Hakkarainen – Bileet minareetin tolpan nokassa*) katsottiin muutamassa päivässä yli 100000 kertaa.

Koko 2000-luvun ajan videon määrä ja videon katseluun käytetty aika ovat kasvaneet nopeasti. Teknologyhtiö Cisco Systemsin (2013) arvion mukaan 80-90% internetin liikenteestä tulee olemaan videota vuonna 2017. YouTubeen ladatun videon määrä per minuutti nousi kahdeksasta tunnista 100 tuntiin vuosien 2007 ja 2013 välillä (YouTube, 2013). Tästä videomassasta suuri osa on videoharrastajien tekemää.

Videoiden tekemistä on harrastettu 1960-luvulta lähtien mm. kotivideoiden ja videotaiteen muodossa, mutta ennen 2000-lukua toiminta pysyi kohtuullisen pienenä videokameroiden kalliin hinnan, editoinnin vaikeuden ja julkaisukanavien puuttuessa. Tekniikan halventumisen ja helpottumisen, sekä internetin videojakopalveluiden myötä olemme nyt tilanteessa, jossa periaatteessa kuka tahansa voi tehdä videoita ja julkaista ne maailmanlaajuisesti.

Kotivideot ovat usein sisällöltään yhdellä otolla kuvattuja ja käsittelevät henkilökohtaisia aiheita kuten vauvoja ja eläimiä, mutta tämän rinnalle on syntynyt uusi videoharrastajien sukupolvi, jotka osaavat hyödyntää olemassa olevaa materiaalia ja editoida niistä uuden kokonaisuuden. Tätä uudelleen editoitua kokonaisuutta kutsutaan remix-videoiksi. Remix-video voi olla esimerkiksi musiikkivideo tekijän oman suosikki tv-sarjan yhdestä hahmosta, mutta osa tekijöistä käyttää remix-videota kritisoidakseen mediaa, yhteiskuntaa ja/tai politiikkaa. Näitä kriittisiä remix-videoita kutsutaan poliittisiksi remix-videoiksi.

Työskentelin promotuottajana MTV Mediassa vuodesta 2003 vuoteen 2012 tehden tuhansia tv-promoja. Promot ovat tv-ohjelmien mainoksia, joita tv-kanavat näyttävät tv-ohjelmien mainos-

¹ <http://www.hs.fi/video/1135265668070>

tauoilla. Lyhyesti muotoiltuna työni on ollut katsoa tv-ohjelmia, etsiä niistä hyviä kohtauksia ja editoida kohtauksista uusi 30-sekuntinen kokonaisuus. Toisin sanoen olen tehnyt remix-videoita kaupalliseen tarkoitukseen. Poliittisten remix-videoiden tekijöillä on aina viesti, jolla he haluavat vaikuttaa mahdollisimman laajaan yleisöön. Pohjimmiltaan he siis tähtäävät samaan asiaan kuin mainostajat.

Mielenkiintoni poliittista remix-videota kohtaan heräsi, kun mietin miten voisin käyttää taitojani edistämään asioita joihin syvästi uskon. Tästä lähtökohdasta aloin tutkimaan poliittisia remix-videoita. Nopeasti huomasin, että monissa poliittisissa remix-videoissa on selkeästi tunnistettavia lähestymistapoja. Lähestymistavalla tässä yhteydessä tarkoitan eri lajityypeille vakiintuneita tapoja ja rakenteita editoida sekä koostaa videoita. Trailerit ja promot käyttävät usein lähtökohtanaan vakiintuneita eri lähestymistapoja. Lähestymistapa antaa työlle selkeän rakenteen ja nopeuttaa työtä huomattavasti. Mielessäni heräsi kysymys voinko löytää poliittisten remix-videoiden tekoon samanlaisia selkeitä ja yksinkertaisia lähestymistapoja? Näistä olisi hyötyä itselleni sekä kaikille videoharrastajille, jotka haluavat tehdä poliittisia remix-videoita. Näiden lähtökohtien pohjalta rajasin opinnäytetyöni niiden audiovisuaalisten ja sisällöllisten lähestymistapojen löytämiseen ja tutkimiseen, joilla tekijät voivat helposti ja tehokkaasti luoda vaikuttavia poliittisia remix-videoita.

Luvussa 2 rajaan tutkimusalueen ja käyn läpi keskeiset käsitteet. Luku 3 keskittyy poliittisen remix-videon kontekstiin eli videotasavaltaan, remix-kulttuuriin ja remixeihin liittyvään lainsäädäntöön. Luvussa 4 analysoin kahdeksan eri poliittista remix-videota ja etsin lähestymistapoja tekemiseen. Luvussa 5 osallistun videotasavaltaan tekemällä kolme poliittista remix-videota löytämiäni lähestymistapoja hyödyntäen. Luvussa 6 teen päätelmät todentuivatko tutkimushypoteesini, reflektoin opinnäytetyöni tekoprosessia ja tiivistän ohjeiksi tärkeimmät havaintoni poliittisten remix-videoiden tekemiseen.

2 Opinnäytetyön lähtökohdat ja tavoitteet

Remix-videoista on olemassa paljon tutkimusta useista eri näkökulmista ja aiheista. Myös kirjallisuuskatsauksia remix-videoiden tutkimuksista on tehty². Omien havaintojeni mukaan tekijän näkökulmasta tutkimusta on olemassa kuitenkin vähemmän.

Tämän opinnäytetyön tutkimusalue rajautuu puhtaasti niiden audiovisuaalisten rakenteiden ja sisällöllisten lähestymistapojen löytämiseen ja tutkimiseen, joilla tekijät voivat tehdä vaikuttavia poliittisia remix-videoita helposti ja tehokkaasti.

² Esim. Palmeri 2010: http://jasonpalmeri.com/wp-content/uploads/2011/06/dubisar_palmeri_palin_pathos.pdf

Tämä opinnäytetyö ei tutki remixeihin liittyviä moraalisia tai lainsäädännöllisiä ongelmia. Opinnäytetyö ei myöskään käsittele osallistuvaa kulttuuria, remix-kulttuuria tai videoiden tehokasta levittämistä. Kaikkia edellä mainittuja aiheita kuitenkin sivutaan luvussa 3 puhuttaessa poliittisen remix-videon kontekstista, mutta ne eivät ole osa varsinaista tutkimusaluetta.

2.1 Tutkimushypoteesit

Työskentelin promotuottajana MTV Mediassa vuodesta 2003 vuoteen 2012 tehden tuhansia TV-promoja. Trailerit ja promot käyttävät usein lähtökohtanaan vakiintuneita lähestymistapoja, jotka nopeuttavat työn tekoa huomattavasti. Poliittisia remix-videoita katsoessani huomasin, että myös niissä on usein selkeästi tunnistettavia lähestymistapoja ja rakenteita. Mielessäni heräsi kysymys voinko löytää poliittisten remix-videoiden tekemiseen samanlaisia selkeitä ja yksinkertaisia lähestymistapoja kuin trailerien ja promojen tekemiseen? Näistä olisi hyötyä itselleni ja kaikille videoharrastajille, jotka haluavat tehdä poliittisia remix-videoita.

Tutkimushypoteesini ovat seuraavat:

1. On olemassa selkeitä audiovisuaalisia ja sisällöllisiä lähestymistapoja, joiden pohjalte monet poliittiset remix-videot rakentuvat.
2. Näitä audiovisuaalisia ja sisällöllisiä lähestymistapoja käyttämällä videoharrastajat voivat luoda poliittisia remix-videoita helposti ja tehokkaasti.

2.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimus rakentuu kahden eri menetelmän pohjalte: analysoinnin ja tekemisen. Analysoimalla olemassa olevia poliittisia remix-videoita internetissä etsin selkeitä audiovisuaalisia ja sisällöllisiä lähestymistapoja, joiden pohjalte videot ovat tehty. Tekemällä poliittisia remix-videoita testaan käytännössä löytämäneni audiovisuaalisten rakenteiden ja sisällöllisten lähestymistapojen toimivuutta. Tässä käytäntölähtöisessä tutkimusotteessa tutkimusongelmat ja ratkaisut nousevat käytännön kokemuksista.

2.3 Keskeisten käsitteiden määrittely

2.3.1 Poliittinen remix-video

Poliittinen remix-video on yksi tee-se-itse -mediatuotannon genre, jolla tekijät kritisoivat valta-rakenteita, purkavat sosiaalisia myyttejä ja haastavat hallitsevan median. Usein poliittiset remix-videot käyttävät lähdemateriaalinaan videota valtamediasta ja populaarikulttuurista. Vaikka poliittiset remix-videot vaihtelevat suuresti aiheiltaan ja muodoltaan on niillä videoak-

tivistä Jonathan McIntoshin ylläpitämän Politicalremixvideo.com-sivuston mukaan keskenään kolme yhteistä piirrettä:

1. Poliittisen remix-videon viesti on poliittinen. Sana poliittinen ei tässä yhteydessä tarkoita pelkästään videoita, jotka kritisoivat poliittisia instituutioita, vaan myös videoita, jotka ottavat kantaa sosiaalisiin ja kulttuurisiin kysymyksiin, kuten sukupuoleen, rotuun, seksuaalisuuteen tai ympäristöön.
2. Poliittiset remix-videot ovat (lähes aina) sissitoimintaa, koska ne käyttävät tekijänoikeudella suojattua materiaalia ilman tekijänoikeuden haltijan lupaa.
3. Poliittiset remix-videot käyttävät viestiensä välittämiseen ihmisille tuttuja audiovisuaalisia kerronnan muotoja. Näitä ovat esim. uutisinsertit, tv-mainokset, trailerit ja musiikkivideot. Toisin kuin useat nyky-videotaiteilijat poliittisten remix-videoiden tekijät eivät kritisoi perinteistä audiovisuaalista kerrontaa. Sen sijaan maksimoidakseen viestiensä tavoittavuuden poliittisten remix-videoiden tekijät hyödyntävät tuttuja ja ihmisten ymmärtämiä audiovisuaalisia rakenteita. Näin poliittiset remix-videot eivät jää pelkästään taiteilijoiden ja akateemikkojen ymmärrettäviksi. (McIntosh, 2011)

Tässä opinnäytetyössä poliittinen remix-video ymmärretään edellä mainitun määritelmän mukaan.

Poliittisilla remix-videoilla kritisoidaan usein ajankohtaisia asioita ja osallistutaan näin yhteiskunnalliseen keskusteluun. Tästä syystä videoiden lähdemateriaali on usein tekijänoikeudella suojattua esim. tv-lähetyksestä kaapattua materiaalia. Poliittisilla remix-videoilla pyritään aina myös vaikuttamaan. Mitä laajemmalle video leviää sitä todennäköisemmin sillä on vaikutusta. Tästä syystä poliittiset remix-videot hyödyntävät suurelle yleisölle tuttuja audiovisuaalisia kerronnan muotoja kuten musiikkivideota, uutisinserttiä ja tv-mainosta.

2.3.2 Remix ja mashup

Remix ja mashup termejä näkee käytettävän internetissä paljon sekaisin eikä täysin vakiintuneita määritelmiä termeille ole. Aiheen tutkimuksessa termit on määritelty esimerkiksi seuraavasti:

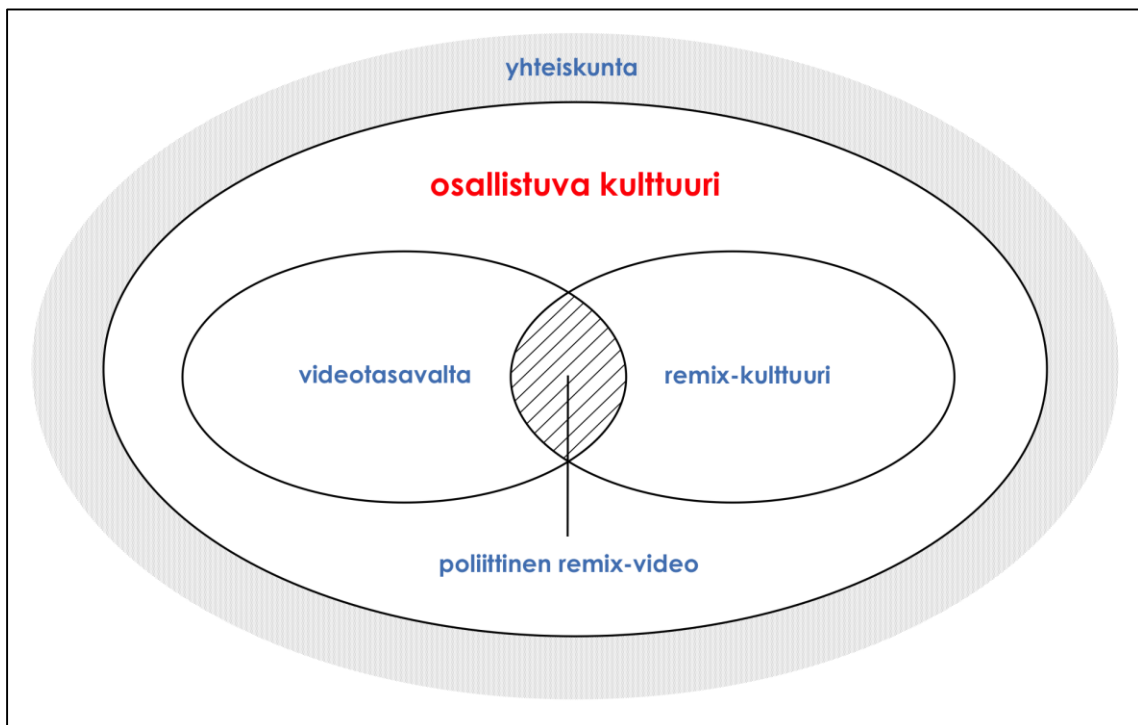
- Remixit luovat uuden kokonaisuuden yhdistämällä, muokkaamalla ja/tai kopioimalla materiaalia yhdestä tai useasta eri lähteestä. Esimerkiksi kuvataiteesta, elokuvasta, musiikista, videosta ja/tai kirjallisuudesta. Remixeissä eri lähteistä otetut materiaalit voivat olla tunnistettavissa, muttei alkuperäismuodossa koettavissa.
- Mashupit yhdistävät eri informaatiota, mediaa ja/tai objekteja kopioimatta tai muokkaamatta alkuperäistä materiaalia. Toisin sanoen materiaalia käytetään alkuperäisestä sijainnista ja alkuperäisessä formaatissa. Eli materiaalin alkuperäinen lähde voidaan aina jäljittää. Esimerkiksi useat internet-palvelut hyödyntävät

Googlen karttoja ja lisäävät päälle oman informaationsa. Nämä ovat mashupeja. (Sonvilla-Weiss, 2010, s. 9)

Tämä opinnäytetyö käyttää edellä mainittuja määritelmiä ja kaikki tutkimuksessa käsiteltävät videot ovat remix-videoita. Remixistä puhuttaessa (Lessig, 2008) ja (Jenkins, 2006) käsittelevät aihetta yleensä laajemmin osallistuvan kulttuurin näkökulmasta ja seuraavassa luvussa käsitte- len asiaa enemmän. Oma painotukseni on kuitenkin ennen kaikkea yhdessä osallistuvan kult- tuurin ilmaisumuodossa eli poliittisessa remix-videossa.

3 Konteksti

3.1 Osallistuva kulttuuri



Kuva 1: Osallistuva kulttuuri.

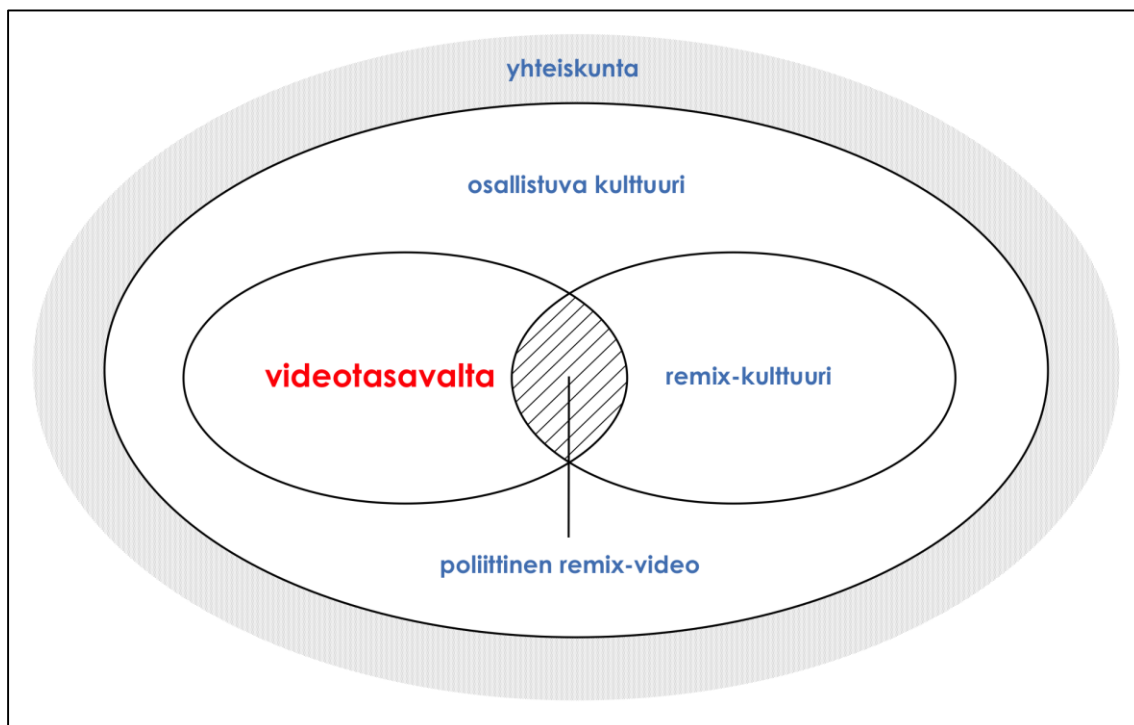
Nyky-yhteiskunnassamme osa kulttuurista on pelkkää kuluttamista. Kuuntelemme musiikkia, katsomme elokuvia ja luemme kirjoja. Tällöin meidän ei oleteta tekevän muuta kuin yksinker- taisesti kuluttavan. Ehkä miellämme kuluttamisen hyödykkeiden ”ostamiseksi” eikä passiiviseksi kulttuurin käyttämiseksi. Saatamme hyräillä kappaleen mukana tai siteerata kirjaa Fa- cebookissa, mutta pohjimmiltaan koemme kaiken puhtaasti käytön kautta. Jättääkö tämä kult- tuuri ihmisille tilaa olla vuorovaikutuksissa kulttuurin kanssa? Lawrence Lessig kutsuu tätä ”vain luku” -kulttuuriksi (engl. read only culture) ja väittää modernin kulttuurin pääasiassa olevan sitä. Tässä kulttuurissa pieni eliitti tuottaa suurten massojen kuluttaman sisällön. Teki-

jänoikeuden puolustajat pitävät "vain luku" -kulttuuria tarpeellisenä luovuuden ylläpitämiseksi. Heidän mukaansa ilman tekijänoikeuden suojaa taiteilijat eivät olisi kiinnostuneet tekemään uutta taidetta, koska työt ovat tällöin kaikkien kopioitavissa ja muokattavissa. (Lessig, 2008)

Osallistuva kulttuuri on vastakohta "vain luku" -kulttuurille, jossa ihmisillä on vain kuluttajan rooli. Osallistuvassa kulttuurissa ei median tekijöillä ja kuluttajilla ole selkeää roolijakoa, vaan he ovat vuorovaikutuksessa keskenään useilla määrittelemättömillä tavoilla. Roolijaon häviämisestä huolimatta kaikki osallistuvan kulttuurin jäsenet eivät ole samanarvoisia. Yrityksillä, ja jopa yksilöillä yrityksissä, on useimmiten enemmän valtaa kuin yksittäisillä kuluttajilla. Ja toisaalta osalla kuluttajista on luonnollisesti paremmat tiedot ja taidot vaikuttaa ja osallistua osallistuvaan kulttuuriin kuin toisilla. (Jenkins, 2006, s. 3)

Yksi esimerkki osallistuvasta kulttuurista ja yhdessä tekemisestä on Wikipedia. Tietosanakirja antaa kenen tahansa käyttäjän vapaasti lisätä ja muokata informaatiota. Wikipedian käyttäjät luovat yhteistyössä sivuilla olevan tiedon, mikä johtaa rajan häviämiseen sisällön tuottajien ja kuluttajien välillä. Axel Bruns kutsuu tällaista tekemistä nimellä *produsage* ja uskoo tämän tekemisen oikeassa ympäristössä johtavan nopeampiin ja parempiin lopputuloksiin kuin mihin perinteiset ylhäältä johdetut projektit pystyvät. (Bruns, 2008, ss. 1-6)

3.2 Videotasavalta



Kuva 2: Videotasavalta.

Maaailman tunnetuin kotielokuva lienee Abraham Zapruderin 22. marraskuuta 1963 kuvaama John F. Kennedyn autosaattue Elm Streetillä. 30-sekuntisen kuvamateriaalin oli tarkoitus vain näyttää kuinka presidentti autosaattueineen etenee läpi kaupungin. Sen sijaan filmille tallentuneen Kennedyn salamurhan vuoksi siitä tuli yksi historian kaikkien aikojen näytetyimpiä ja kommentoiduimpia videoita. Abraham Zapruder oli ammatiltaan naisten vaatteiden valmistaja ja kuvasi vain omaksi ilokseen, joten tämä lienee ensimmäisiä ja parhaita esimerkkejä kansalaisjournalismin ja audiovisuaalisen materiaalin voimasta, mikä mahdollistuu kun kuvauskalusto on helppokäyttöistä ja taloudellisesti tavallisten ihmisten saatavilla. (Hannon;Bradwell;& Tims, 2008, s. 19)

Kaksikymmentä vuotta myöhemmin 1983 Sony julkaisi ensimmäisen kuluttajille tarkoitetun videokameran - Betamovie BMC-200:n. Kamera painoi 2,5 kiloa ja maksoi yli tuhat euroa. Kameran käyttö oli vaikeaa ja kömpelöä. Sitä ei oltu tarkoitettu massamarkkinoille. Betamoviella kuvatun videon lähettäminen sukulaisille Australiaan tarkoitti videonauhan kopioimista, kallista kansainvälistä postimaksua ja usein vielä eri videostandardeista johtuvia teknisiä ongelmia. Nopea siirtymä kolme vuosikymmentä eteenpäin ja voimme ostaa verkkokauppa eBaysta käytetyn digitaalisen videokameran 50 eurolla. Lähes kaikilla uusilla kännyköillä ja still-kameroilla voi kuvata videota. Kalliimmilla malleilla jopa täydellä HD-tarkkuudella. Web-kamerat ovat halpoja tai suoraan sisäänrakennettuina tietokoneissamme. Videota pystyy jakamaan internetissä ympäri maailman lähes ilmaiseksi.

Lev Manovich keskittää vuoteen 2005 kuluttajamedian vallankumouksen. Vuoden 2005 aikana valokuva- ja videobloggaus (vlogging) lisääntyivät eksponentiaalisesti, termiä käyttäjien tuottama sisältö (engl. user generated content) alettiin käyttää mediassa, YouTube aloitti toiminnan ja suuret mediayhtiöt alkoivat tehdä merkittäviä investointeja internet-palveluihin. Vuonna 2005 esimerkiksi Yahoo osti Flickr:n ja Rupert Murdochin News Corporation MySpacen. (Manovich, 2008, s. 142)

Digitaalisen tekniikan halventuminen ja laajakaistayhteyksien yleistymisen ovat mahdollistaneet lukemattomia uusia tapoja käyttää videota ihmisten väliseen kommunikointiin ja itsensä ilmaisemiseen. Yhä enenevässä määrin monet internetin palvelut, yhteisöt ja toiminnot muotoutuvat videon ympärille. Remix- ja mashup-videot, fanivideot (vidding), videobloggaus (vlogging), kansalaisjournalismi, viraalivideot ja yhteisölliset elokuvaprojektit ovat kaikki merkkejä uudenlaisesta ilmaisusta ja kommunikoinnista sekä kertovat videon määrän räjähdysmäisestä lisääntymisestä. (Hannon;Bradwell;& Tims, 2008, s. 12)

Kuluttajamedian vallankumous on antanut miljoonille ihmisille mahdollisuuden tehdä videoita ja jakaa niitä ympäri maailmaa. Ennen tämä oli mahdollista vain isoille mediayhtiöille. Tämän seurauksena internetiin on syntynyt valtavia julkisia teattereita, joissa tekeminen ja jakaminen sekoittuvat keskenään. Näitä teattereita kansoittavat ihmiset, jotka ovat viehättyneet videon ainutlaatuisesta voimasta välittää viestejä. Tässä maailmassa näemme ihmisten toisilleen teke-

miä videoita mielipiteistään, ajatuksistaan ja tunteistaan. Tätä uutta paikkaa keskustelulle, kritiikille ja kommentoinnille kutsutaan Hannonin, Bradwellin ja Timsin (2008) mukaan videotasavallaksi.

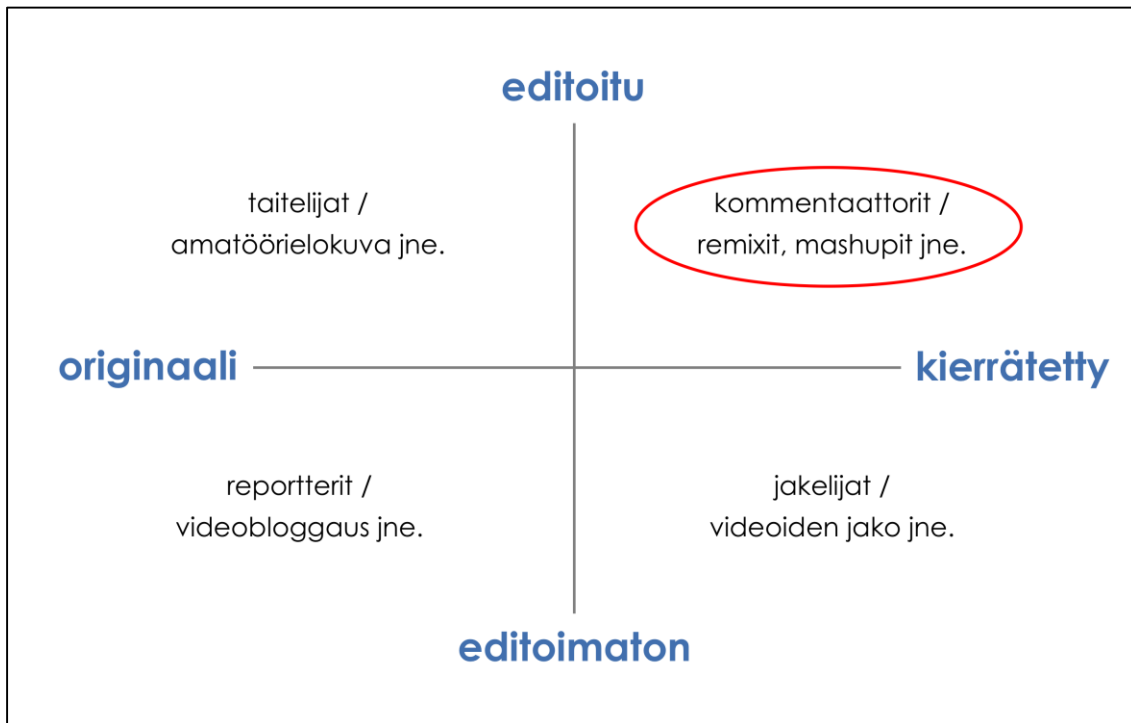
3.2.1 Uusi paikka keskustella, kritisoida ja kommentoida

Egyptin mielenosoitukset vuonna 2011 johtivat presidentti Hosni Mubarakin eroon ja vallan siirtymiseen armeijalle. Yhtenä tärkeimpänä vallankumouksen laukaisseista tekijöistä pidetään Ashmaa Mahfouzin 18. tammikuuta 2011 kuvaamaa videota, jossa hän kehoittaa kaikkia nuoria miehiä sekä naisia jättämään tietokoneensa ja lähtemään kaduille osoittamaan mieltään presidentti Mubarakia vastaan (Mekay, 2011). Voimakas ja tunteikas video levisi nopeasti internetissä ja 25. tammikuuta kymmenettuhannet ihmiset tungeksivat Kairossa ja muissa Egyptin suurissa kaupungeissa osoittamassa mieltään. Mielenosoitusten alettua egyptiläinen aktivisti kirjoitti Twitterissä: ”Me käytämme Facebookia mielenosoitusten aikataulutukseen, Twitteriä koordinointiin ja Youtubea kertoaksemme maailmalle, mitä täällä tapahtuu.” (Howard, 2011) Pari päivää myöhemmin 28. tammikuuta koko Egyptin matkapuhelinliikenne ja internet-yhteydet katkaistiin, jonka seurauksena ihmisten kokoonkutsumisen kannalta tärkeät sosiaalisen median palvelut eivät enää toimineet normaalisti.

Videotasavalta on paikka, jossa henkilökohtaiset huolenaiheet voidaan nopeasti muuttaa julkiseksi huolenaiheiksi, sillä video on yksilölle tehokkain väline ajatusten ja tunteiden jakamiseen laajalle yleisölle. Näin ollen videotasavallasta on tullut uusi julkinen paikka keskustelulle. Videoiden tekemisen ja jakamisen avulla käydään keskustelua monipuolisesti eri aiheista kuten politiikasta, kulttuurista, ilmastonmuutoksesta ja identiteetistä. (Hannon;Bradwell;& Tims, 2008, s. 12)

3.2.2 Tekijöiden roolit ja eri tyyppiset videot

Ymmärtääksemme paremmin videotasavaltaa on hyvä identifioida ja kategorisoida eri tyyppisiä videoita ja niiden tekijöitä. Seuraavaksi esittelen Celia Hannonin, Peter Bradwellin ja Charlie Timsin kirjassa *Video Republic* (2008) käyttämän kategorisoinnin.



Kuva 3: Videotasavalta jaettuna neljään osaan. Suomennettu kirjasta *Video Republic*. (Hannon;Bradwell;& Tims, 2008, ss. 24, 40)

Jakelijat – kierrätetty ja editoimaton video

Kaikkein yleisin videotasavallan muoto löytyy kuvan 3. nelikentän oikeasta alakulmasta. Lähes kaikki täällä oleva materiaali on yksinkertaisesti otettu televisiolähetyksistä tai muista lähteistä ja jaettu internetin videojakopalveluihin. Näitä henkilöitä, jotka ”rippaavat” videoita eri lähteistä ja jakavat sen internetiin kutsutaan jakelijoiksi.

Reportterit – originaali ja editoimaton video

Vasemmassa alakulmassa olevat reportterit kuvaavat itse materiaalinsa ja jakavat sen internetiin yleensä ilman editointia. Paras esimerkki tästä lienee videobloggaus (vlogging), missä ihmiset kertovat web-kameralle ajatuksistaan ja tunteistaan. Tämän tyyppisellä materiaalilla saavutetaan usein henkilökohtainen suhde tekijän ja katsojan välille, koska videoiden sisällöllä on tapana olla erittäin tunnustuksellista ja intiimiä.

Taiteilijat – originaali ja editoitu video

Tekemisen näkökulmasta originaalit ja editoidut videot ovat kaikkein haastavimpia ja monitulkaisimpia. Ne ovat muodoltaan kaikkein lähempänä perinteistä elokuvakerrontaa ja vaativat tekijältä audiovisuaalisen kerronnan ja tarinankerronnan osaamista. Tästä sisällöstä suurin osa on tarinavetoisia amatöörielokuvia.

Kommentaattorit – kierrätetty ja editoitu video

Oikeassa yläkulmassa ovat kierrätetyt ja editoidut videot eli remix ja mashup videot. Näiden videoiden materiaali on otettu eri lähteistä ja editoitu uudeksi kokonaisuudeksi. Kuvassa 3. kategoria on ympyröity, koska näihin videoihin sisältyvät tämän opinnäytetyön aiheena olevat poliittiset remix-videot.

3.2.3 Videotasavallan sijainti

Videotasavalta on osallistuvaa kulttuuria ja se on olemassa internetissä, tapahtumissa, festivaaleilla, televisiossa ja kaikkialla, missä yksittäiset ihmiset pystyvät kommunikoimaan videon avulla. Käytännössä videotasavalta leviää vielä paljon laajemmalle keskustelun ja jakamisen kautta. Myös perinteinen media laajentaa videotasavaltaa, koska he nostavat yhä enenevässä määrin aiheita sosiaalisesta mediasta. Videotasavallan ytimen voidaan kuitenkin nähdä sijaitsevan internetin videojakopalveluissa. Ne ovat jakeluteinä selvästi suurempia ja tärkeämpiä kuin muut ja vasta niiden myötä videotasavalta on saanut nykyisen muotonsa.

Internetin videojakopalvelut ovat paras indikaattori videotasavallan ja ylipäätään videon määrän nopeasta kasvusta. Ennen videoiden katsominen oli sidottu aikaan ja paikkaan, mutta videojakopalveluiden myötä videoita voidaan katsoa missä tahansa maassa mihin tahansa aikaan. Videojakopalvelu YouTube aloitti keväällä 2005 ja vuotta myöhemmin videoita katsottiin jo 100 miljoonaa kertaa päivässä. Kasvu on jatkunut nopeana näihin päiviin asti. Vuosien 2007-2013 välillä YouTubeen ladatun videon määrä per minuutti nousi kahdeksasta tunnista 100 tuntiin. Tätä kirjoittaessa syyskuussa 2013 YouTubessa katsottiin kuukausittain yli kuusi miljardia tuntia videota. YouTubea on tullut maailman kolmanneksi suurin internet-sivusto. (YouTube, 2013)

YouTuben lisäksi on olemassa kymmeniä eri videojakopalveluita, jotka kaikki pohjimmaltaan tekevät samaa asiaa, mutta painottuvat hieman eri tavalla. Vimeosta on tullut amatöörielokuvien tekijöille suosittu, ranskalainen Dailymotion, venäläinen RuTube ja kiinalainen TuDou ovat kaikki suosittuja kotimaissaan. Lähes kaikki videojakopalvelut mahdollistavat myös videosoittimen upottamisen mille tahansa internet-sivulle. Eli vaikka käyttäjä ei olisi ikinä käynyt YouTubessa hän on todennäköisesti katsonut kymmeniä YouTube-videoita.

3.3 Viraalivideo

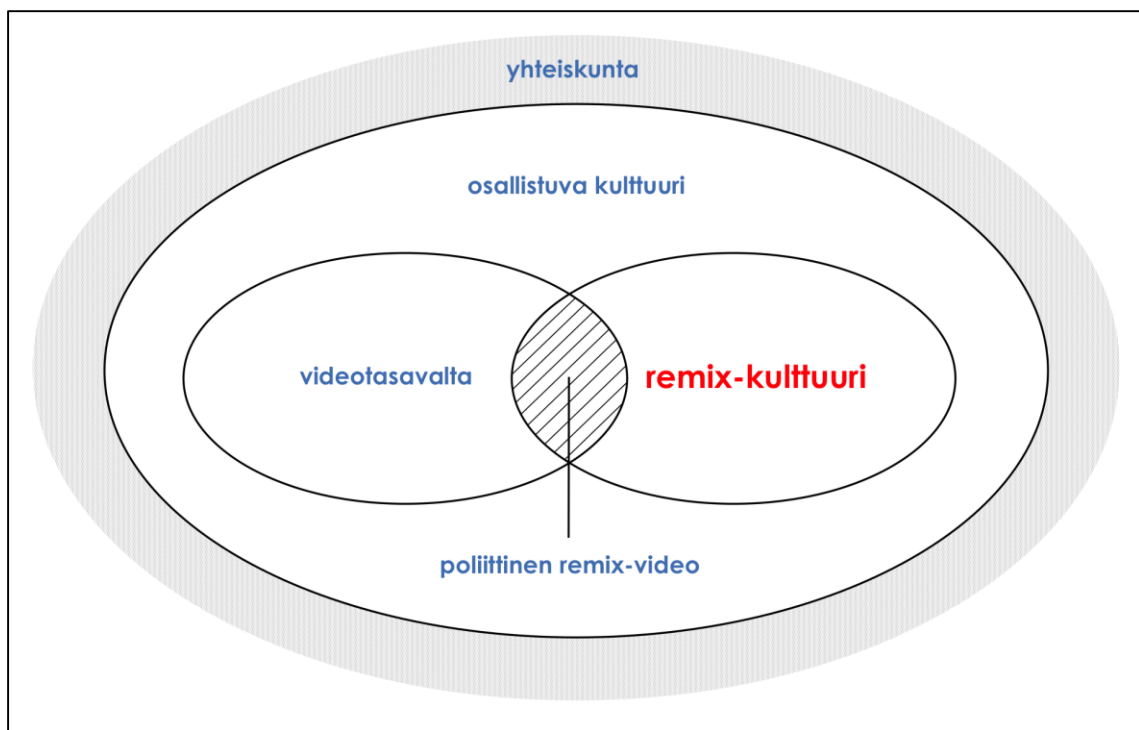
Poliittisella remix-videolla kritisoidaan aina jotain asiaa ja pyritään vaikuttamaan ihmisiin. Tämä piirre erottaa sen muista tee-se-itse -mediatuotannon videogenreistä. Jos ihmiset eivät näe poliittista remix-videota ei sillä voi myöskään olla vaikutusta. Henry Jenkins, Sam Ford ja Joshua Green sanovatkin kirjassa *Spreadable Media* (2013), että nykyisessä verkottuneessa kulttuurissa voidaan todeta "if it doesn't spread, it's dead" (suom. jos se ei leviä, se on kuollut). Pelkkä videon lataaminen YouTubeen ei takaa ensimmäistäkään katselukertaa. YouTube itse nostaa etusivuilleen vain suurimmat ja suosituimmat videot eri algoritmien perusteella, joten tekijöiden pitää itse löytää tapa mainostaa videoita. Yksittäisillä poliittisten remix-videoiden tekijöillä ei lähtökohtaisesti ole mahdollisuutta kalliisiin mainoskampanjoihin, joten jäljelle jää käytännössä videon saaminen viraaliksi. Tämä opinnäytetyö ei tutki videoiden tehokasta levittämistä, mutta sen ollessa videon vaikuttavuuden kannalta vähintään yhtä tärkeää kuin itse sisällön sivuamme aiheita viraalivideon näkökulmasta.

Viraalivideolla tarkoitetaan videota, joka tulee suosituksi pääasiassa sosiaalisen median, internet-sivujen ja sähköpostitse tapahtuvan jakamisen kautta. Usein viraalivideot ovat sisällöltään esimerkiksi sketsejä televisio-ohjelmista, rohkeita mainoksia tai amatöörien tekemiä kotivideoita. Mitään yksinkertaista prosessia videoiden saattamiseksi viraaliksi ei ole. Erityisesti viraaliksi muuttuneiden kotivideoiden tapauksessa kyseessä on yleensä ollut puhdas sattuma. Markkinoinnin professorit Andreas Kaplan ja Michael Haenlein (2011) ovat määritelleet kuitenkin kolme kriteeriä joiden tulee täytyä ennen kuin mikään viesti voi muuttua viraaliksi:

1. **Viestinviejä:** Viestin viraaliksi muuttumiseen tarvitaan kolmea eri tyyppistä viestinviejää, joita kutsutaan nimillä: informaatioasiantuntija, verkottunut ihminen ja myyntihenkilö. Informaatioasiantuntijat ovat henkilöitä, jotka ovat jatkuvasti ajan tasalla uusista asioista. He ovat yleensä ensimmäisiä viestille altistujia ja jakavat sen eteenpäin omiin sosiaalisiin verkkoihinsa. Verkottuneita ihmisiä ovat henkilöt joilla on erityisen suuri määrä sosiaalisia kontakteja. He tuntevat usein satoja ihmisiä ja toimivat siltoina eri alakulttuurien välillä. Myyntihenkilöitä tarvitaan vahvistamaan informaatioasiantuntijoiden viestiä. Myyntihenkilöt osaavat löytää informaatioasiantuntijaa paremmin viestistä olennaisen ja jakaa sen myyvämpänä eteenpäin.
2. **Viesti:** Vain muistettavilla ja riittävän mielenkiintoisilla viesteillä on mahdollisuus muuttua viraaliksi. Viestin tulee olla omaperäinen ja sen tulee usein sisältää jotain aikaisemmin näkemätöntä. Omaperäiseksi viestin tekee esimerkiksi hauskuus, ravistuttelu, uusi idea tai ristiriita tilanteen ja sen kontekstin kanssa.
3. **Ympäristö:** Oikea ympäristö on kriittinen viestin muuttumiseksi viraaliksi. Jo pienet erot ympäristössä voivat johtaa huomattavasti parempiin tuloksiin. Onnistuakseen ajoituksen ja kontekstin on oltava oikea. (Kaplan & Haenlein, 2011, ss. 253-263)

Maaliskuussa 2012 Invisible Children järjestö julkaisi Ugandan lapsisotilaiden asiaa ajavan *Kony 2012* -videon, josta tuli nopeasti maailman viraalein video (Suddath, 2012). Videota katsottiin ensimmäisen viikon aikana yli 32 miljoonaa kertaa ja huhtikuun 2012 alkuun mennessä sitä oli katsottu yli 87 miljoonaa kertaa. Videon vahva tarina, viesti ja tunteellisuus eivät vielä yksin selitä videon nopeaa leviämistä. Sen sijaan tekijät ymmärsivät ottaa yhteyttä julkisuuden henkilöihin ja vedota asian tärkeyteen, jonka seurauksena mm. Oprah Winfrey, Justin Bieber ja Sean "Diddy" Combs kertoivat videosta Twitterissä miljoonille seuraajilleen. Julkisuuden henkilöt toimivat äärimmäisen tehokkaina viestinviejinä verkottuneen ihmisen ja myyntihenkilön roolissa. *Kony 2012* -video täytti kaikki Andreas Kaplanin ja Michael Haenleinin määrittelemät kolme kriteeriä viestin muuttumiseksi viraaliksi.

3.4 Remix-kulttuuri



Kuva 4: Remix-kulttuuri.

Remix-kulttuuri on osa osallistuvaa kulttuuria ja sillä tarkoitetaan kulttuuria, joka suhtautuu hyväksyvästi ja kannustavasti johdannaisteosten tekemiseen. Eli teosten, jotka luovat uuden kokonaisuuden yhdistämällä, muokkaamalla ja/tai kopioimalla materiaalia yhdestä tai useasta eri lähteestä (Sonvilla-Weiss, 2010). Remix-kulttuuria voidaan pitää sallivana pyrkimyksenä mahdollistaa erilaisten töiden parantelu, muuttaminen tai yhdistäminen ilman erillisiä lupia alkuperäisen tekijänoikeuden haltijoilta. Lawrence Lessig pitää kirjassaan *Remix* (2008) tätä tavoitteellisenä ideaalitulana ja väittää ylipäätään kaiken kehityksen käytännössä perustuvan remixaamiseen.

Toinen samoilla jäljillä oleva on newyorkilainen elokuvantekijä Kirby Ferguson, joka on tehnyt remix-kulttuurista neliosaisen videosarjan nimeltä *Everything is a Remix*. Videoissa Kirby Ferguson argumentoi ettei ole olemassa ”tyhjää syntyvää luovuutta” vaan mm. elokuvan, musiikin ja muiden taidemuotojen kehitys perustuu remixaamiseen. Vanhoista tarinoista tehdään uusia elokuvia, muusikot yhdistävät elementtejä eri kappaleista ja taidemaalarit ammentavat tyyliinsä vanhoilta mestareilta. Eli kaikki perustuu olemassa olevan päälle rakentamiseen, parantamiseen ja yhdistämiseen. (Ferguson, 2010-2012)

Remix-kulttuurissa ihmiset ovat vapaasti vuorovaikutuksessa kulttuurin kanssa yhdistämällä ja muokkaamalla sitä. Lawrence Lessig väittää remix-kulttuurin edistävän luovuutta rohkaisemalla yksilöitä tuottamaan materiaalia ja ottamaan osaa kulttuuriinsa (Lessig, 2008). Tämän kulttuurin kaikki yksilöt ovat tuottajia, jotka jatkuvasti kuluttavat, remixaavat ja tuottavat uutta materiaalia. Kulttuurin ollessa osallistuvaa ja ottaessa vaikutteita kaikilta jäseniltään siitä tulee rikkaampaa ja moniulotteisempaa (Jenkins, 2006).

Poliittiset remix-videot ovat osa remix-kulttuuria. Poliittisten remix-videoiden lisäksi on olemassa useita muita merkittäviä remix-videon muotoja kuten fanivideot (vidding), machinima ja anime-musiikkivideot. Viddingillä tarkoitetaan fanien tuottamaan videosisältöä. Kyseessä voi olla esimerkiksi musiikkivideo tv-sarjan hahmosta tai uudelleen leikattu elokuvatraileri. Machinima käyttää tietokonepelien 3D-pelimoottoreja videoiden luomiseen. Usein tämä tarkoittaa, että pelaajat kokoontuvat virtuaalimaailmaan ”näyttelemään” yhden toimiessa ”kameratehtävänä” ja nauhoittaessa ruudulla tapahtuvan toiminnan. Anime-musiikkivideot ottavat kuvamateriaalinsa japanilaisista anime-elokuvista, tv-sarjoista ja peleistä. Anime-musiikkivideoiden ympärille on syntynyt viime vuosina festivaaleja, kilpailuja ja internet-sivustoja, jotka opettavat videoiden tekoa.

3.5 Poliittisen-remix videon lyhyt historia

Videoaktivisti Jonathan McIntosh on tutkinut poliittisten remix videoiden historiaa ja hänen mukaansa ensimmäiset poliittiset remix-videot tehtiin kauan ennen internetin videojakopalveluita. 1920-luvulla neuvostoliittolaiset elokuvantekijät leikkasivat Hollywood-elokuvia uusiksi antaakseen neuvostoyleisölle voimakkaamman kuvan amerikkalaisesta luokkayhteiskunnasta. Toisen maailmansodan aikana Charles A. Ridley teki ensimmäisen viraaliksi muuttuneen poliittisen remix videon. Editoimalla taitavasti materiaalia natsisotilaista hän sai lopputuloksen näyttämään siltä, että natsisotilaat lauloivat ja tanssivat *The Lambeth Walk* -kappaleen tahdissa. (McIntosh, 2012)

1970-luvulla kansainväliset taiteilijat kuten René Viénet remixasivat kiinalaisia propagandaelokuvia ja kung fu -elokuvia kritisoiden Maoa ja Stalinia. Samoihin aikoihin vuonna 1978 feministitaiteilija Dana Birmbaum julkaisi remix-videon *Technology/Transformation: Wonder Woman*, joka

inspiroi monia muita taiteilijoita työskentelemään populaarikulttuurista otetun kuvamateriaalin kanssa. Videonauhureiden tultua laajasti saataville 1980-luvun alussa alettiin televisiota käyttää yhä enemmän remixien lähdemateriaalina. Muun muassa brittiläiset Sandra Goldbacher ja Kim Flitcroft tekivät feminististä kritiikkiä leikkaamalla uusiksi televisiomainoksia ja musiikkivideoita. Irakin sodan ja 2000-luvulla tapahtuneen teknologian kehityksen myötä poliittisten remix-videoiden määrä on lisääntynyt räjähdysmäisesti. (McIntosh, 2012)

3.6 Lainsäädäntö ja remix

Remixien yhteydessä lainsäädäntö nousee huolenaiheeksi, koska kuten edellä on tullut esille remixit käyttävät usein materiaalinaan tekijänoikeudella suojattua sisältöä kuten esim. tv-lähetyksestä kaapattua materiaalia. Tekijälle tärkeintä on tieto siitä, voiko hän vapaasti levittää teostaan vai rikkooko hän niin tehdessään lakia. Ongelmalliseksi kysymyksen tekee tekijänoikeuslakien eroavaisuudet eri maissa ja vaikka internet toimii globaalisti, niin lait ovat edelleen sidottuja yksittäisiin maihin.

Remixien ja muiden johdannaisteosten suhteen Yhdysvalloissa useat remixit lankeavat niin sanotun reilun käytön (engl. fair use) alle. Suomen lainsäädäntö ei tunne käsitettä eikä mitään vastaavaa lakia ole olemassa EU:n alueella. Tämä on johtanut siihen, että jotkut eurooppalaiset remix-videoita tekevät taiteilijat³ ovat ottaneet Yhdysvaltojen lainsäädännön käyttöön globaalina lainsäädäntönä ja ladatessaan videoita internetiin oikeuttavat työnsä siteeraamalla reilun käytön pykälää.

Niin sanotun ”reilun käytön” lisäksi on olemassa muitakin tapoja tehdä remix-videoita laillisesti ja kysymättä erikseen oikeuden haltijoiden lupaa. Jos käytettävän audiovisuaalisen materiaalin tekijänoikeus on vanhentunut, eli esim. jos tekijän kuolemasta on kulunut 70 vuotta⁴, tai jos tekijä on kokonaan luopunut oikeuksistaan on materiaali niin sanotusti public domainin alla. Public domain –materiaalia voi käyttää vapaasti. Esimerkki public domain videomateriaalista on Prelinger-arkisto internetissä, joka tarjoaa mm. vapaasti uudelleen käytettäväksi n. 5000 mainos-, koulutus-, ja amatöörielokuvaa.

Edellisen lisäksi tekijöillä ja oikeudenhaltijoilla on mahdollisuus luopua osasta itse valittuja oikeuksia. Eri lisenssijärjestelmät, esimerkiksi Creative Commons⁵, tarjoavat oikeudenhaltijalle

³ Esimerkiksi ranskalainen aktivistiryhmä Mr. Mondialisation: <http://www.youtube.com/watch?v=e6NbIiRITN8>

⁴ Suomessa vuonna 1961 säädetyssä tekijänoikeuslaissa tekijänoikeudet ovat voimassa pääsääntöisesti 70 vuotta tekijän kuolinvuodesta, poikkeuksena tekijänoikeuden lähioikeudet.

⁵ Lisätietoa Creative Commonsista: <http://creativecommons.org/>

palvelun, jossa eri lisenssejä käyttämällä voi ilmaista tahtonsa ja sallia esi. jakamisen, kaupallisen käytön tai johdannaisteosten tekemisen. Muita lisenssijärjestelmiä on mm. Free Art License ja Open Content License. Remix-videoiden tekijän näkökulmasta näistä toimivin vaihtoehto on globaalisti toimiva Creative Commons.

3.6.1 Reilu käyttö (engl. fair use)

Yhdysvaltojen laindäädäntö sallii tekijänoikeuden suojaaman materiaalin, kuten tv-ohjelmien tai elokuvien luvattoman käytön tietyissä tapauksissa. Tätä oikeutta kuvataan termillä reilu käyttö (engl. fair use). Yhdysvaltalaisen Center for Social Median mukaan videon pitää täyttää joku seuraavista kriteereistä, että sitä voidaan pitää reiluna käyttönä:

1. Video kommentoi, parodioi tai kritisoi kyseessä olevaa tekijänoikeudella suojattua materiaalia.
2. Tekijänoikeudella suojattua materiaalia käytetään esimerkkinä tai havainnollistamiseen. Esimerkiksi videomateriaalia Hollywood-elokuvasta käytetään kuvaamaan amerikkalaista yhteiskuntaa.
3. Tekijänoikeudella suojattua materiaalia on nauhoitettu tahattomasti. Esimerkiksi kuvatussa materiaalissa taustalla näkyy televisio ja kuuluu musiikkia.
4. Tapahtuman tai kulttuurisen ilmiön tallentaminen ja jakaminen silloin, kun se tähtää kokemuksen säilyttämiseen tai pelastamiseen. Esimerkiksi jonkin esityksen nauhoittaminen.
5. Tekijänoikeudella suojattua materiaalia kopioidaan ja jaetaan herättämään keskustelua. Esimerkiksi eduskuntavaalien aikaan kansanedustajien tv-mainoksia jaetaan sosiaalisessa mediassa. (The Center for Social Media, 2008, ss. 7-10)

3.6.2 Creative Commons

Tekijänoikeudella suojattujen teosten lisensointi internetissä on kohtuullisen monimutkaista. Pääosin sen hoitavatkin muut kuin tekijät itse. Creative Commons -lisenssit tarjoavat tekijänoikeuksien haltijoille mahdollisuuden liittää teoksiinsa kuvaus siihen liittyvistä oikeuksista. Creative Commons lisensseillä oikeudenhaltija voi luopua hallitusti joukosta oikeuksia, jotka tekijänoikeus lähtökohtaisesti antaa. Tämän avulla käyttäjien on helppo saada tietoa teoksista, joita saa tekijän luvalla kopioida ja uudelleen käyttää. Muun muassa Vimeo ja YouTube mahdollistavat Creative Commons -lisenssin määrittelemisen videoihin. Tällöin toiset tekijät voivat hakea Creative Commons -lisenssin alla olevaa videomateriaalia omiin teoksiinsa. (Creative Commons, 2011)

3.6.3 Public domain

Public domainilla tarkoitetaan vapaasti yleiseen käyttöön asetettuja teoksia. Public domainissa olevan teoksen tekijä luopuu tekijänoikeuksistaan siinä määrin kuin se on lain mukaan mahdollista. Tyypillinen public domainissa oleva teos on erittäin vanha sillä useat maat sallivat teoksen levittämisen vapaasti 50-70 vuoden kuluttua tekijän kuolemasta. Esimerkiksi yhdysvaltalainen Internet Archive tarjoaa public domainissa vanhoja mainoksia ja lyhytelokuvia. Valitettavasti tässäkin tapauksessa eroavaisuudet eri maiden lainsäädännössä voivat aiheuttaa harmia. Esimerkiksi Suomen tekijänoikeuslaissa ei mainita public domainia ja sen mukaan tekijä ei voi koskaan luovuttaa kaikkia oikeuksiaan, vaan hänelle jää aina muun muassa moraalisia oikeuksia (Suomen näytelmäkirjailijaliitto, 2011).

4 Poliittisten remix-videoiden analysointi ja lähestymistapojen löytäminen

4.1 Analysoitavien videoiden valinta

Tässä luvussa analysoin kahdeksan eri poliittista remix-videota. Tarkoitukseni on löytää yksinkertaisia ja tehokkaita lähestymistapoja poliittisten remix-videoiden tekemiseen. Valintakriteerini videoille ovat, että jokainen edustaa eri alagenreä ja on saanut kymmeniätuhansia katsojia. Oletukseni on, että jos video on saanut kymmeniätuhansia katsojia voidaan sen katsoa muuttuneen viraaliksi ja näin ollen mahdollisesti vaikuttaneen ihmisiin. Lisäksi olen käyttänyt suomalaisia poliittisia remix-videoita, jos olen sellaisen alagenrestä löytänyt. Kaikki analysoimani videot olivat katsottavissa lähdeluettelosta löytyvistä linkeistä syyskuussa 2013⁶.

Tee-se-itse -videoiden genret muuttuvat koko ajan uusien ilmiöiden ja tekniikan kehittymisen myötä. Yhdysvalloissa USC (University of Southern California) järjesti 2008, 2010 ja 2011 tapahtuman nimeltä "24/7 a DIY Video Summit" (suom. 24/7 tee-se-itse -videoiden huippukokous) (University of Southern California, 2011). Tapahtuman järjestäjät tilasivat aktiivisilta tee-se-itse -videoiden tekijöiltä videokoosteen edellisen vuoden aikana julkaistuista suurista katsojamääriä saaneista tee-se-itse -videoista ja pyysivät kehittämään näille videoille mielestään sopivat genret⁷. Genrejakoja on siis tehty tee-se-itse -videoille. Tässä opinnäytetyössä jaan kuitenkin poliittiset remix-videot alagenreihin audiovisuaalisen ja sisällöllisen lähestymistavan mukaan. Näin

⁶ Kaikki opinnäytetyöhön analysoidut ja tehdyt videot ovat myös koostettu yhteen YouTube-soittolistaan: <http://bit.ly/poliittinenremixvideo>

⁷ Vuoden 2010 24/7 a DIY Video Summit -kooste: <https://vimeo.com/15782168>

ollen jokainen analysoimani poliittinen remix-video on eri alagenrestä ja edustaa eri lähestymistapaa. Eli alagenre on tässä tapauksessa yhtä kuin lähestymistapa.

Toinen valintakriteerini on, että analysoitavan poliittisen remix-videon on pitänyt saada kymmeniätuhansia katsojia. Poliittisella remix-videolla pyritään aina vaikuttamaan ihmisiin ja mitä suurempi määrä ihmisiä näkee videon, sitä todennäköisempää on, että sillä on vaikutusta. Jotta video saa kymmeniätuhansia katsojia oletan sen tarkoittavan, että videon on pitänyt muuttua viraaliksi eli ihmiset ovat itse alkaneet aktiivisesti levittämään sitä sosiaalisessa mediassa. Se missä vaiheessa poliittisen remix-videon voidaan määritellä olleen menestys on vaikeaa. Katsotaanko yksinkertaisesti vain videon katsomismääriä, vai seurataanko onko se oikeasti vaikuttanut kritiikin kohteena olleeseen asiaan? Videon katsomismääriin vaikuttaa suuresti myös se, kuinka suuri kohderyhmä kritisoidulla asialla ylipäättään on. Jossain pienellä erityisosa-alueella muutama sata katsomiskertaa saattaisi olla menestys. Tämän takia yksiselitteisen määritelmän tekeminen menestyneelle poliittiselle remix-videolle on vaikeaa. Siksi päädyin yksinkertaiseen valintakriteeriin eli poliittisen remix-videon on pitänyt saada kymmeniätuhansia katsojia.

Aloitin poliittisten remix-videoiden hakemisen internetistä hakemalla ”political remix video” hakusanalla Googlesta. Tämän kautta löysin Jonathan McIntoshin kaksi poliittisia remix-videoita käsittelevää blogia⁸. Näiden blogien kautta löysin aktivisteja ja aktivististiryhmiä, jotka olivat tehneet poliittisia remix-videoita. Olin myös itse törmännyt sosiaalisessa mediassa aikaisemmin joihinkin poliittisiin remix-videoihin ja tämän lisäksi ystäväni suosittelivat minulle muutamia videoita. Kävin läpi yli viisikymmentä poliittista remix-videota, joista useimmat olivat minulle entuudestaan tuntemattomia. Lopulta valitsin näistä kahdeksan, jotka kaikki edustavat eri alagenreä. Seuraavissa alaluvuissa analysoin nämä poliittiset remix-videot ja kunakin videon lähestymistavan.

⁸ <http://www.rebelliouspixels.com/> ja <http://www.politicalremixvideo.com/>

4.2 Video 1: Keeping America Scared



Kuva 5: Keeping America Scared (Houlihan, 2004)

Keeping America Scared on sanfranciscolaisen videotuottaja Brennan Houlihanin vuonna 2004 tekemä poliittinen remix-video. Se kuvaa kuinka syyskuun 11. päivän jälkeisessä Yhdysvalloissa republikaanipoliitikot pitivät väestöä jatkuvassa pelossa ja saivat valtaosan yhdysvaltalaisista ja suuren osan muusta maailmasta uskomaan, että Saddam oli sekaantunut terrorismikuihin ja näin ollen sota Irakin kanssa oikeutettu. Videon materiaali on peräisin vuoden 2004 republikaanien kansallisen puoluekokouksen televisiolähetyksestä, jossa pääpuhujina olivat Yhdysvaltain presidentti George Bush, presidentin vaimo Laura Bush, varapresidentti Dick Cheney, New Yorkin kuvernööri George Pataki, New Yorkin entinen pormestari Rudolph Giuliani, Kalifornian kuvernööri Arnold Schwarzenegger, senaattori Zell Miller ja kongressiedustaja John McCain.

Houlihan pelkisti pääpuhujien ydinviestin käymällä puheet läpi ja irrottamalla niistä pelkoa lietsovia sanoja kuten "terror", "terrorist", "Saddam Hussein" ja "September 11th" ja leikkaamalla niitä peräkkäin. Tätä lähestymistapaa, jossa samoja asioita leikataan peräkkäin kutsutaan remix-videoiden alagenreksi supercutiksi. Lisäksi hän rakensi draaman kaarta videolle koko ruudun tekstigrafiikoiden avulla ja samalla varmisti, että hänen näkökulmansa tulee varmasti ymmärretyksi mahdollisimman suurelle katsojakunnalle.

Video on alun perin laitettu internetiin jo ennen YouTuben olemassaoloa, joten mitään yhtä selkeästi ylivoimaista jakelukanavaa ei ole ollut käytössä ja näin katsomismäärää tai videon toimivuutta on vaikea arvioida tarkasti. Video löytyy kuitenkin useista videopalveluista, joissa sitä on katsottu kymmeniä tuhansia kertoja ja siihen viitataan mm. politiikkaa käsittelevillä sivuilla, joten oletan sen saaneen hyvän vastaanoton ja aiheuttaneen keskustelua julkaisuhetkellään.

4.2.1 Lähestymistapa 1: Supercut

Supercut on remix-videoiden alagenre. Supercuteissa irroitetaan huolellisesti alkuperäisestä materiaalista lyhyt kohta, joka on yleensä klisee, sanonta tai muu kestoilmaisu ja toistetaan tätä pakko-oireisesti läpi videon. Termi supercut esiintyi ensimmäisen kerran Andy Baion blogissa huhtikuussa 2008 ja se hyväksyttiin yleisesti kuvaamaan tätä internet-meemiä. Termiä ovat käyttäneet mm. Wired, New York Times ja This American Life. (Baio, 2011)

Kaikki supercutit ja useimmat remix-videot perustuvat montaasiin perinteisen jatkuvuusleikkauksen sijaan. Venäläinen elokuvaohjaaja Sergei Eisenstein tunnetaan montaasiteorian kehittäjänä. Montaasi on kahden tai usemman kuvan rinnastus, jotka peräkkäin näytettynä muodostavat laajemmin ymmärrettävän kokonaisuuden (Zettl, 1998, s. 298). Montaasileikkausta käytetään pääasiassa korostamaan tai paljastamaan tapahtuman todellinen luonne. Montaasileikkauksessa kuvallinen jatkuvuus ei näyttele yhtä tärkeää osaa kuin jatkuvuusleikkauksia. Supercuttien toimivuus leikkauksellisesti perustuu montaasin alakategoriaan metriseen montaasiin.

Metrinen montaasi on rytmisen montaasi. Puhtaimmillaan se tarkoittaa toisiinsa liittyviä tai liittymättömiä kuvia näytettynä peräkkäin tasaisessa tahdissa. Mikä tahansa materiaali lähes yhtäpitkinä otoksina peräkkäin toimii leikkauksellisesti metrisen montaasin tekemän rakenteen vuoksi. Toinen metrisen montaasin versio on kiihdytetty metrinen montaasi, jossa kuvien pituus lyhenee jatkuvasti rytmin kasvaessa. Metrinen montaasi rakentaa itse rytmensä, joten sitä voidaan käyttää kaikenlaisessa leikkauksessa. (Zettl, 1998, s. 292)

Useimmat itse näkemäni supercutit ovat olleet fanien huumoriksi tarkoitettuja montaaseja tv-sarjoista, elokuvista tai peleistä. Näiden lisäksi lähestymistapaa pystyy käyttämään tehokkaasti myös poliittisten päämäärien esilletuontiin ja kärjistämiseen kuten *Keeping America Scared* osoittaa. *Keeping America Scared* -videossa draaman kaarta rakennettiin videoon koko ruudun teksti-grafiikoiden avulla, mutta useissa supercuteissa ei ole minkäänlaista tarinallista kaarta, mikä saattaa tehdä niistä helposti tylsiä.

4.3 Video 2: Bush and Blair's Endless Love



Kuva 6: Bush and Blair's Endless Love (Söderberg, 2003)

Vuoden 2003 maaliskuussa Yhdysvallat aloitti hyökkäykseen Irakiin. Sota hiersi transatlanttisia suhteita, sillä etenkin Saksa ja Ranska sekä Ranskan mukana Belgia vastustivat sotaa avoimesti, jakaen näin vanhat liittolaiset kahteen erimieliseen leiriin. Lisäksi Nato jätti lähinnä Ranskan vuoksi turvallisuustakuun myöntämättä hyökkäykselle, jonka takia Turkki kielsi alueensa käyttämisen Irakiin hyökätessä. Yhdysvallat myös luopui YK:n tuesta pakottaessaan asetarkastajat pois Irakista. Lopulta hyökkäyksen Irakiin suorittivat sotajoukot, jotka tulivat pääasiassa Yhdysvalloista ja Iso-Britanniasta. (Hartikainen, 2003)

Tässä kiristyneessä poliittisessa tilanteessa Yhdysvaltain presidentin George Bushin ja Ison-Britannian pääministerin Tony Blairin lämpimät välit ja lähes kritiikitön suhtautuminen Irakin sotaan aiheuttivat paljon keskustelua. Tästä lähtökohdasta ruotsalainen ohjaaja ja editoija Johan Söderberg teki kulttuuria käsittelevään *Kobra* televisio-ohjelmaan rakkausparodian George Bushista ja Tony Blairista.

Söderberg otti videon pohjaksi Diana Rossin ja Lionel Richien *My Endless Love* rakkausballadin, jonka päälle hän taitavasti editoi uutiskuvaa George Bushista ja Tony Blairista ja sai lopputuloksen näyttämään siltä, että George Bush ja Tony Blair laulavat balladin toisilleen vakuutellen ikuista rakkautta. Videon viesti ei voisi olla juuri voimakkaampi ja selkeämpi. Tätä tekniikkaa, jossa huulten liike sovitetaan yhteen äänen kanssa kutsutaan huulisynkroniksi (engl. lip sync). Söderberg leikkasi vuosien 2001–2004 välillä yhteensä 13 huulisynkroniin perustuvaa videota *Kobra* televisio-ohjelman osioon, jota kutsuttiin nimellä *Read My Lips* (Söderberg, 2012). *Bush and*

Blair's Endless Love on kuitenkin näistä ainoa, joka on levinnyt laajalle ja videosta löytyy Internetistä useita kopioita, jotka ovat saaneet satojatuhansia katsojia.

4.3.1 Lähestymistapa 2: Huulisynkroni (engl. lip sync)

Huulisynkroni on tekninen termi, jolla tarkoitetaan huulten liikkeiden yhteen sovittamista laulun tai puheen kanssa. Sitä käytetään mm. joidenkin laulajien tv-esiintymisissä, elokuvien jälkiäänityksessä ja dubbauksessa. Tarvittaessa huulisynkronin avulla saadaan kuka vaan näyttämään siltä kuin hänellä olisi musiikillisia lahjoja. Tätä huulisynkronin luomaa illuusiota remix-videoiden tekijät käyttävät hyväkseen. Yksinkertaisesti tekijät ensin valitsevat puheen tai laulun ja sen jälkeen etsivät videoista kohtia, joissa huulten liikkeet sopivat mahdollisimman hyvin valittuun lauluun tai puheeseen.

Huulisynkronin käyttö tehokkaasti remix-videoissa vaatii taitavaa leikkaajaa, jolla on silmää toimivien kohtien löytämiseen ja osaamista tehokkaasti nopeuttaa ja hidastaa kuvaa toimivan illuusion luomiseksi. Söderbergin huulisynkroniin perustuvat remix-videot osoittavat, että yhdistämällä tunnettuja kappaleita, sopivia sanoituksia ja tunnettuja hahmoja keskenään, pystytään luomaan erittäin tehokkaita poliittisia remix-videoita, jotka viihdyttävät samalla kun tuovat esiin kriittisen viestin.

4.4 Video 3: Earth the Pale Blue Dot: Revolutions



Kuva 7: *Earth the Pale Blue Dot: Revolutions* (Meeks, 2011)

Voyager 1 -avaruusluotain laukaistiin 5.9.1977, tehtävänään tutkia aurinkokuntaa, ja ajan kanssa tähtienvälistä ulkoavaruutta. Se oli ehtinyt aurinkokuntamme äärirajalle, kun se jälleen 14.2.1990 lähetti ottamiaan kuvia maahan. Eräässä näistä rosoisista kuvista näkyi haalea sininen piste (engl. pale blue dot): maapallo kuvattuna aurinkokuntamme rajaseuduilta, lähes 6.1 miljardin kilometrin päästä (Grayzeck, 2013). Tuon ”haalea sininen piste” -kuvan inspiroimana tähtitieteilijä ja astrobiologi Carl Sagan (1934-1996) kirjoitti kirjan *Pale Blue Dot: A Vision of the Human Future in Space*. Tämä kirja julkaistiin myös hänen itsensä lukemana äänikirjana. Kirjan aloitusluvun lopetuskappaleen kuuluisissa sanoissa Sagan korostaa kuinka ainutlaatuinen ja herkkä paikka maapallo on ja kuinka meidän tulisi suojella ja vaalia tuota haalea sinistä pistettä, ainoaa kotia, jonka olemme koskaan tunteneet.

Vuoden 2011 alussa tapahtui veriset Tunisian ja Egyptin vallankumoukset. Tilapäisten internetyhteyksien katkaisuisista huolimatta molemmista vallankumouksista ladattiin paljon videomateriaalia YouTubeen. Katsoessaan näitä Yhdysvaltalainen ohjaaja ja editoija Torrey Meeks inspiroitui tekemään remix-videon, jossa hän siteeraa *Pale Blue Dot: A Vision of The Human Future in Space* -äänikirjasta Carl Saganin kuuluisat sanat maapallomme tärkeydestä ja yhdistää ne Lähi-idän väkivaltaisuuksiä näyttäviin videoihin. Meeks antoi teokselleen nimen *Earth the Pale Blue Dot: Revolutions* (Meeks, 2011).

Poliittiset remix-videot yrittävät aina vaikuttaa aina katsojaan. Jotta poliittisella remix-videolla voi ylipäättään olla vaikutusta, sen pitää ensin saada katsojien huomio. Tietyillä ominaisuuksilla voidaan stimuloida huomiota kohderyhmästä riippumatta. Tarina, yllätykset, oudot näkymät ja

äännet vievät huomion katsojan yrittäessä selvittää mitä kuvassa tapahtuu. Jopa leikkaukset, siirtymät ja muut erikoisefektit stimuloivat mieltä, koska niitä ei ole olemassa oikeassa elämässä. Ruutua kohti tapahtuva liike, dramaattiset muutokset rakenteessa ja tunteellinen sisältö liitetään myös kasvaneeseen huomioon. (Eastman & Perse, 2000, s. 31)

Meeks aloittaa videonsa dokumentaarisella käsivaralta kuvatulla kohtauksella kadulta, jossa mielenosoittajat pakenevat mahdollisesti armeijan joukkoja. Yksi pakenevista henkilöistä tulee ammutuksi ja lyyhistyy maahan. Hetken aikaa näyttää siltä, että kukaan ei auta kaatunutta henkilöä, kunnes kuvaan juoksee takaisin muutama mielenosoittaja, jotka nostavat henkilön ylös ja kantavat hänet pois. Kohtaus on järkyttävä ja herättää paljon kysymyksiä. Samalla Meeks saa katsojien huomion yllättävällä ja outoilla näkymiä tarjoavalla aloituksella.

Tästä eteenpäin video on lähes loppuun asti jaettuna pienempiin ruutuihin, joihin leikataan kohtauksia Tunisian ja Egyptin vallankumouksista, sekä time-lapse⁹ materiaalia ikonisista kohteista ympäri maapalloa. Ruudun jakaminen osiin tehostaa montaasia entisestään, kun kauneutta ja kauheutta konkreettisesti rinnastetaan vierekkäin visuaalisella pinnalla.

Videota oli katsottu YouTubessa huhtikuuhun 2013 mennessä n. 59000 kertaa. Video on siis saanut katsojia kohtuullisesti, mutta se ei ole ollut superhitti. Osittain luulen sen johtuvan videon aiheen vaikeudesta ja vakavuudesta. Todennäköisesti Tunisian ja Egyptin vallankumoukset eivät koskettaneet kauheasti tavallista amerikkalaista. Videossa ei myöskään ole varsinaisesti mitään hauskaa, mikä usein tuntuu olevan välttämätöntä videon muuttumiseksi viraalihiliksi.

4.4.1 Lähestymistapa 3: Siteerauksen kuvittaminen

Yksi tapa lähestyä poliittisen remix-videon tekemistä on siteerauksen kuvittaminen. Torrey Meeks kuvittaa videossaan *Earth the Pale Blue Dot: Revolutions* Carl Saganin kuuluisat sanat Saganin äänikirjasta *Pale Blue Dot: A Vision of the Human Future in Space*. Siteeraukset voivat luonnollisesti tulla mistä vaan. Esimerkiksi radiosta tai tv-lähetyksissä olleista puheista ja haastatteluista.

Rinnastan siteerauksen käyttämisen poliittisissa remix-videoissa spiikin (engl. voice over) käyttämiseen mainoksissa. Spiikin myötä katsojasta tulee aktiivinen osapuoli viestin kohdistuessa suoraan hänelle. Spiikki on optimaalinen tapa viestin välittämiseen kuvan tukena videossa (Zettl, 1998, s. 315). Spiikki kertoo katsojalle mitä katsoa, mitä ostaa, mitä ajatella, mitä tuntea ja kuinka käyttäytyä. Spiikki vaikuttaa katsojaan yleensä tehokkaasti, koska spiikkerin ja katsojan

⁹ Time-lapse -kuvauksessa eli intervallikuvauksessa kameralla otetaan satoja tai tuhansia kuvia tietyin aikavälein kameran yleensä liikkumatta. Kuvat yhdistetään videoksi, jolloin kuvassa tapahtuva muutos näkyy nopeana liikkeenä.

välinen vuoropuhelu käydään useimmiten katsojan kannalta tutuimmassa ja turvallisimmassa ympäristössä eli katsojan kotona.

Vastakohtaisuus on tehokas keino videoiden rakentamisessa ja tätä Meeks käyttää hyväkseen *Earth the Pale Blue Dot: Revolutions* -videossa. Yksi paljon käytetty vastakohtaisuuteen perustuva rytminen tehokeino on yhdistää nopeatempoinen musiikki hitaaseen leikkaukseen tai hidastempoinen musiikki nopeaan leikkaukseen. Samalla tavalla varsin tehokas keino voi olla kuvittaa siteeraus täysin päinvastaisella videomateriaalilla kuin mitä siteerauksen sisältö antaisi olettaa. Tämän lähestymistavan Meeks valitsi videoonsa.

Hyvässä siteerauksessa, esimerkiksi jonkun henkilön pitämä hyvä puhe, draaman kaari tulee valmiiksi annettuna. Tämä helpottaa tekijän työtä, mutta vastapainona hyvän kuvituksen rakentaminen vaatii usein suuren materiaalmäärän läpikäymistä ja voi viedä todella paljon aikaa.

4.5 Video 4: Teuvo Hakkarainen – Bileet minareetin tolpan nokassa



Kuva 8: Teuvo Hakkarainen - Bileet minareetin tolpan nokassa (Forsström, 2011)

Perussuomalaiset ottivat kevään 2011 eduskuntavaaleissa Suomen historian suurimman vaalivoiton. Puoleen kannatus nousi 19%:in ja se sai itselleen 34 uutta kansanedustajapaikkaa. Teuvo Hakkarainen oli yksi uusista valituista kansanedustajista. Ensimmäisenä työpäivänään Hel-

singin Sanomien videohaastattelussa Hakkarainen arvosteli kovin sanoin maahanmuuttoa, puhui rasistisesti ”neekeriukoista” ja jäljitteli minareetin rukouskutsua. Helsingin Sanomien video levisi nopeasti internetissä aiheuttaen keskustelua ja pahennusta sosiaalisessa mediassa.

Helsinkiläinen ohjelmistoinsinööri ja NRGM musiikkiverkkomediassa aktiivisesti vaikuttava Tommi Forsström julkaisi YouTubessa kaksi päivää Helsingin Sanomien videon jälkeen remix-videon, jossa Hakkaraisen rukouskutsua yhdistetään intialaiseen bhangra-musiikkiin. Videon nimi on *Teuvo Hakkarainen – Bileet minareetin tolpan nokassa* ja sen kuvituksena on kohtauksia tanssivista arabeista sekä Teuvo Hakkaraisen laulava pää, johon on lisätty turbaani. Videota katsottiin heti julkaisun jälkeen muutamassa päivässä yli 100000 kertaa. Viikkoa myöhemmin Tommi Forsström julkaisi vielä NRGM musiikkiverkkomediassa kuusiminuuttisen version videota varten tekemästään musiikkikappaleesta. Tämä oli saanut huhtikuuhun 2013 mennessä noin 6000 kuuntelua.

Videon suosio on helppo ymmärtää. Vaaleihin oli ladattu paljon odotuksia ja perussuomalaisen vaalivoitto oli järkytys monille. Teuvo Hakkaraisen lausunnot vahvistivat ihmisten mieltä kuvaa perussuomalaisista ja remix-video oli tapa käsitellä pahaa oloa yhteisöllisesti. Video oli myös erittäin ajankohtainen ilmestyessään vain pari päivää uuden eduskunnan aloitettua työssä.

Teknisesti poliittisen remix-videon ei tarvitse olla korkealaatuinen ollakseen tehokas. *Teuvo Hakkarainen – Bileet minareetin tolpan nokassa* -videossa käytetään lähdemateriaalina esimerkiksi heikkolaatuisia Youtube-videoita tanssivista arabeista. Lisäksi osa kyseisen videon kuvista on väärässä kuvasuhteessa, Teuvo Hakkaraisen päähän lisätty turbaani on tökerö ja kuvatehosteet halvan näköisiä. Heikkolaatuinen tyyli voi olla harkittua tai tahatonta, mutta tässä tapauksessa se saa videon ivan kohteena olevan Hakkaraisen näyttämään ehkä entistäkin yksinkertaisemmalta, joka lisännee videon hauskuutta ja sen tehokkuutta.

4.5.1 Lähestymistapa 4: Ääni-remix

Teuvo Hakkarainen – Bileet minareetin tolpan nokassa -videon perustana on Teuvo Hakkaraisen rukouskutsun ja intialaisen bhangra-musiikin pohjalta remixattu kappale. Remix-videon tekemistä voi lähestyä remixaamalla alkuperäisen materiaalin äänestä uuden kappaleen eli tekemällä ääni remixin ja käyttämällä tätä videon ääniraitana.

Ääni-remixin historia on huomattavasti pidempi kuin video-remixin ja pitkään termi remix liitettiin vain ääni-remixeihin. Usein ääni-remixit perustuvat äänen sämpläämiseen ja luuppeihin. Eli tehdään luupeista rytminen tausta kappaleelle, jonka jälkeen otetaan alkuperäisestä materiaalista muutama kohta ja toistetaan näitä sopivissa kohdissa luoppien seassa. Tätä lähestymistapaa käytettiin myös *Teuvo Hakkarainen – Bileet minareetin tolpan nokassa* -videossa. Ääni-

remix on erittäin tehokas tapa tuomaan esiin mahdollisesti piilossa olleen poliittisen viestin, mutta vaatii tekijältä musiikillista lahjakkuutta ja musiikinteko-ohjelmien osaamista.

4.6 Video 5: I'am not Moving – Short Film



Kuva 9: I'am not Moving - Short Film (Ogilvie, 2011)

Occupy Wall Street eli Vallatkaa Wall Street on protestiliike, joka syntyi 17. syyskuuta 2011 Wall Streetillä Zuccotti-puistossa New Yorkissa Yhdysvalloissa. Osallistujat vastustivat talouden ja politiikan valtaa ihmisiin, sosiaalista epäoikeudenmukaisuutta, sekä yritysten ahneutta ja korruptiota. Poliisi yritti useaan otteeseen häätää mielenosoittajia New Yorkissa Zuccotti-puistossa, joka johti väkivaltaisiin yhteenottoihin ja satojen ihmisten pidättämiseen. Lopulta mielenosoittajat saatiin pakotettua pois Zuccotti-puistosta 15. marraskuuta 2011 ja mielenosoitukset hiipuivat vuoteen 2012 mennessä. (Ross Sorkin, 2012)

Lokakuussa 2011 mielenosoitusten ollessa kovimmillaan elokuvantekijä Corey Ogilvie seurasi tapahtumia kotoaan käsin Kanadan Vancouverissa (Lederman, 2013). Tämä ei kuitenkaan estänyt häntä tekemästä lyhytelokuvaa aiheesta. Occupy Wall Streetillä oli vahva medianäkyvyys ja virallisten tiedotusvälineiden lisäksi YouTube pursusi mielenosoitukseen osallistuneiden henkilöiden itsekuvaamia videoita. Corey Ogilvie otti lyhytelokuvansa pohjaksi nämä kansalaisreportterien videot, koska niistä sai hyvän kuvan kuinka poliisi väkivaltaisesti ja laittomasti yritti lopettaa mielenosoitukset. Samana vuonna aiemmin Barack Obama, Hillary Clinton ja koko Yhdysvaltain hallitus oli julkisesti paheksunut Egyptin ja Libyan hallituksia väkivaltaisuuksista mielenosoittajia kohtaan. Corey Ogilvie oivalsi, että nyt Yhdysvallat teki samaa omia kansalai-

siaan kohtaan. Tästä syntyi lyhytelokuvan kantava idea Yhdysvaltojen kaksinaismoralismista ja tekopyhyydestä.

Lyhytelokuva alkaa otteella Hillary Clintonin televisioidusta puheesta, jossa hän kehottaa Lähi-idän johtajia ymmärtämään kansalaisiaan, vastaamaan heidän huoliinsa ja tekemään yhteistyötä paremman tulevaisuuden rakentamiseksi. Tämän jälkeen näytetään kuvassa tekstigrafiikalla lainaus ”tekopyhyydellä on oma tyylikäs symmetriansa” (engl. hypocrisy has its own elegant symmetry) Julie Metzin kirjasta *Perfection: A Memoir of Betrayal and Renewal*. Tästä eteenpäin lyhytelokuva etenee näyttämällä väkivaltaisuuksia Occupy Wall Streetin mielenosoituksista ja Lähi-idän mielenosoituksista samalla kun Hillary Clinton ja Barack moralisoivat Lähi-idän hallituksia väkivaltaisuuksista mielenosoittajia kohtaan. Välillä näytetään lyhyitä historiallisia väläyksiä Martin Luther Kingistä ja Taivaallisen rauhan aukion mielenosoituksista selvästi haluten nostaa Occupy Wall Street mielenosoitukset tähän suurten maailmaa muuttaneiden mielenosoitusten jatkumoon.

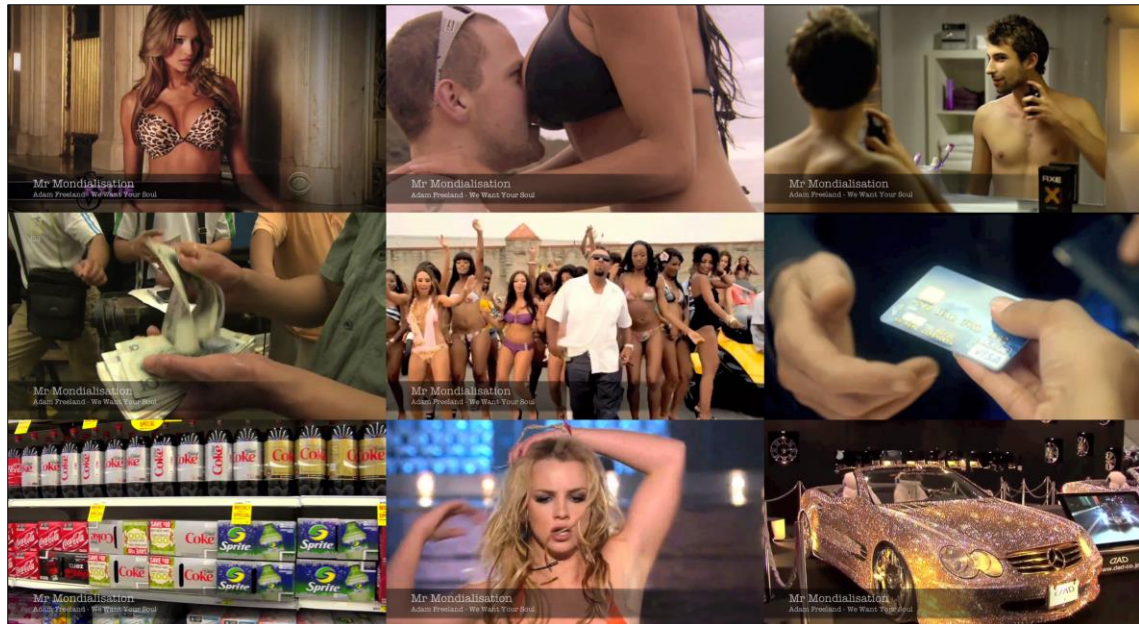
I'am not Moving – Short Film muuttui viraalihitiksi ja kahdessa kuukaudessa sen näki yli miljoona ihmistä. Tästä rohkaistuneena Corey Ogilvie päätti syventää aihealuetta ja tehdä Occupy-liikkeestä kokonaisen elokuvan *Occupy: The Movie*, jonka ensi-ilta on syksyllä 2013.

4.6.1 Lähestymistapa 5: Lyhytelokuva

Corey Ogilvie teki lyhytelokuvansa *I'am not Moving – Short Film* editoimalla sen olemassa olevasta internetistä löytyvästä materiaalista eli kyseessä on poliittinen remix-video. Itse asiassa lähes kaikki poliittiset remix-videot ovat määriteltävissä myös lyhytelokuviksi. Tässä yhteydessä ymmärrän lyhytelokuvan kuitenkin perinteisiä tarinan- ja kuvakerronnan lakeja kunnioittavana lähestymistapana poliittisen remix-videoiden tekemiseen. Sisällöllisesti lyhytelokuva on hyvin monimuotoinen käsite, jolla on omat erikoispiirteensä ja ilmaisukeinonsa. Se ei siis ole vain lyhyt pitkä elokuva vaan myös paljon muuta.

Lyhytelokuva voi perustua lähes mihin vain. Esimerkiksi vitsiin, runoon, tunnelmaan, musiikkikappaleeseen, aforismiin tai argumenttiin. Pitkässä elokuvassa draama rakennetaan usein selkeäksi ja katsojalle mahdollisimman ymmärrettäväksi, mutta lyhytelokuvien rakenne voi tulla vaikkapa musiikista, esseistä tai runoudesta. Lyhytelokuvalla ei siis ole varsinaisesti olemassa mitään rajoitteita. Se on kaikkein monimuotoisin tapa lähestyä poliittisen remix-videon tekemistä ja useat paljon katsojia saaneet poliittiset remix-videot ovat lyhytelokuvia. Ennen kaikkea se on ilmaisumahdollisuuksiensa ja laajan keinovalikoimansa ansiosta tekijälleen hyvin vaativa. Eniten katsojia saaneiden lyhytelokuvien tekijät ovatkin usein olleet elokuva- ja televisioalan ammattilaisia.

4.7 Video 6: Mr. Mondialisation – We Want Your Soul



Kuva 10: Mr. Mondialisation - We Want Your Soul (Mr. Mondialisation, 2010)

Mr. Mondialisation (suom. herra globalisaatio) on ranskalainen aktivistiryhmä, joka on julkaissut useita markkinataloutta kritisoivia videoita internetissä. *We Want Your Soul* -videossa Mr. Mondialisation kuvittaa englantilaisen DJ Adam Freelandin kappaleen *We Want Your Soul* (suom. haluamme sielusi). *We Want Your Soul* -kappaleen sanoitukset kehottavat antamaan ”kai-ken” yrityksille, jotta yritykset voisivat ”viedä sielusi”. Adam Freeland teki kappaleen kritisoimaan kaikkialla läsnä olevaa kulutuskulttuuria (Contactmusic.com, 2003). Kappaleen säkeet eivät ole laulettuja vaan puhesyntetisaattorilla tehtyjä, joka lisää kappaleeseen kylmää konemaista tunnelmaa.

Mr. Mondialisation kuvittaa videossa alusta loppuun koko viisi minuuttisen Adam Freelandin *We Want Your Soul* -kappaleen, joten sitä voidaan pitää käyttäjän tekemänä musiikkivideona. Videon sisältö mukailee paljolti kappaleen sanoituksia ja lähdemateriaalina on käytetty mainoksia, musiikkivideoita ja tv-ohjelmia. Leikkauksen rytmi on kappaleen rytmin mukaisesti kiivas. Tietyissä kohdissa kappaleen sanoituksen viestiä vielä tehostetaan toistamalla tekstigrafiikalla yksittäisiä sanoja.

Mr. Mondialisation – We Want Your Soul -video on ladattu YouTubeen joulukuussa 2010 ja elokuussa 2013 sitä oli katsottu noin 60 tuhatta kertaa. Videosta on liikkeellä useita kopioita eli yhteenlaskettu katsojamäärä saattaa olla paljonkin suurempi.

4.7.1 Lähestymistapa 6: Musiikkivideo

Musiikkivideot ovat lyhytelokuvia, joiden tarkoituksena on esittää kuvallisesti musiikkiteos. Ensisijaisesti musiikkivideot ovat olleet markkinointivälineitä levymyynnin edistämiseksi, mutta nykyään musiikkivideo on erittäin suosittu muoto esim. fanivideoissa (vidding), joissa tekijä kuvittaa musiikkikappaleen fanittamansa tv-sarjan materiaalilla.

Musiikkivideo on muotona erittäin vapaa ja voi sisältää laajasti eri elokuvantekemisen keinoja. Musiikkivideot voivat olla esim. livetaltiointeja, animaatioita, dokumentteja tai abstrakteja taidelokuvia. Jotkut musiikkivideot myös yhdistävät rohkeasti eri tyylejä kuten kuvattua materiaalia ja animaatioita. Useat musiikkivideot kuvittavat suoraan kappaleen sanoja kun taas toiset lähestyvät kappaletta enemmän temaattisesti.

Musiikkivideo on vapaamuotoisuutensa takia varsin helppo muoto tekijälle, koska se ei itsessään sido juuri mihinkään tarinan- ja kuvakerronnan sääntöihin. Kuvaorientoituneelle tekijälle musiikkivideo on myös teknisesti helppo, koska silloin ei tarvitse välittää äänityön laadusta kuten dialogin selkeydestä. Monet editoimista harrastavat ihmiset myös tuntuvat tykkäävän erityisesti leikata musiikin tahtiin. *Mr. Mondialisation – We Want Your Soul* -videon tapauksessa kappaleen sanoma itsessään on poliittinen, mutta musiikkivideo voi toimia poliittisena remix-videonä silloinkin kun kappaleen sanoma ei ole poliittinen käyttämällä esim. vastakohtaisuutta tai satiiria lähestymiskeinona.

4.8 Video 7: Hitler kuulee mediamaksusta



Kuva 11: Hitler kuulee mediamaksusta (Jarzka190, 2009)

Keväällä 2009 Yleisradion rahoitusta selvittänyt työryhmä ehdotti tv-maksun tilalle veronkaltaista julkisen palvelun mediamaksua, joka perittäisiin kaikilta asuntokunnilta riippumatta siitä onko taloudessa televisiota. Maksu perittäisiin myös sellaisilta yrityksiltä ja yhteisöiltä, joiden liikevaihto on yli 400000 euroa vuodessa. Maksu olisi noin 175 euroa asuntokunnalta. Yritysten ja yhteisöjen maksu olisi noin kolme kertaa suurempi. Työryhmä perusteli mediamaksua muun muassa sillä, että Ylen julkinen palvelu tavoittaa käytännössä kaikki suomalaiset, ja että palveluita tuotetaan television lisäksi radioon, verkkoon ja mobiililaitteilla vastaanotettavaksi. (Luukka, 2009)

Mediamaksu herätti kansalaisten keskuudessa suurta vastustusta. Internetiin perustettiin mediamaksua vastustava verkkosivusto ja maksua vastaan suunniteltiin myös mielenosoituksia. Facebookissa ryhmä *Täysimittainen kapina mediamaksua vastaan* keräsi yli 70000 jäsentä. Tähän ilmapiiiriin YouTubessa nimimerkillä Jarzka190 oleva käyttäjä teki videon *Hitler kuulee mediamaksusta*.

Hitler kuulee -videot ovat olleet suosittuja jo vuosikausia YouTubessa. Videoiden idea on yksinkertainen. Otetaan kohta Oliver Hirschbiegelin vuonna 2004 ohjaamasta Hitler-elokuvasta *Perikato* (Der Untergang). Valitaan kohta, jossa Führer raivostuu perinpohjaisesti kenraaleilleen. Saksankielisen huutamisen päälle tekstitetään suomenkielinen ”käännös” ajankohtaisesta aiheesta. Englanniksi tekstitettynä YouTubesta löytyy tuhansia eri Hitler kuulee -videoita, mutta suomeksikin Hitler on kuullut mm. Suomi-Venäjä-jääkiekko-ottelusta, miinakieltosopimuk-

sesta, Turun toriparkista, Suomen MM-rallin siirtymisestä Mänttään ja Mannerheim-elokuvasta. (Holopainen, 2012)

Hitler kuulee mediamaksusta -videossa Hitler pahoittaa mielensä ehdotetusta televisiolupamaksun muuttamisesta mediamaksuksi. Hitler kertoo videossa lopettaneensa television katse-
lun sen takia ettei hänen tarvitsisi maksaa televisiolupamaksua. Kenraalit yrittävät selittää Hitlerille, että televisiolupamaksu ei nykyisellään riitä kattamaan Yleisradion rahoitusta. Ratkaisuksi Hitler ehdottaa mm. ruotsinkielisen kanavan lopettamisen, koska ”ei sitä kukaan muutenkaan katso!”. Videota oli katsottu YouTubessa elokuussa 2013 n. 46000 kertaa.

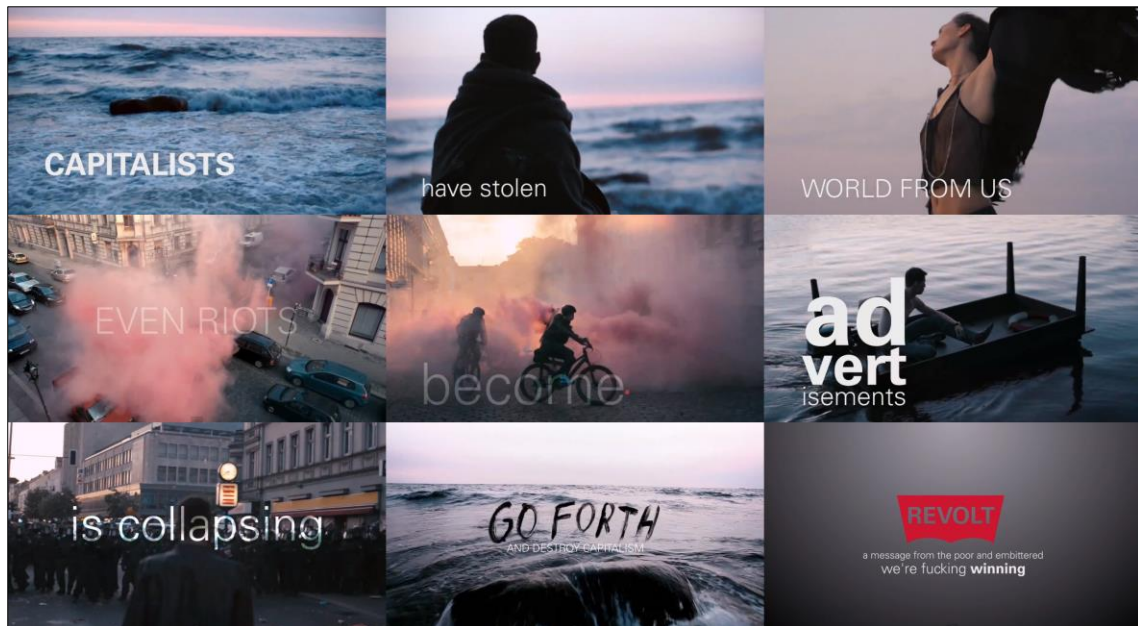
4.8.1 Lähestymistapa 7: Valetekstitys

Hitler kuulee -videot ovat jo itsessään oma kategoriansa tee-se-itse -videoiden joukossa, mutta kutsun tässä lähestymistapaa, missä alkuperäisen videon päälle tehdään uudet käännöstekstitykset väärällä sisällöllä nimellä valetekstitys. Hitler kuulee -videoiden lisäksi valetekstityslähestymistapaa on käytetty muun muassa niin kutsutussa Dmitri-videoissa. Alkuperäisessä puolen minuutin Dmitri-videossa haastatellaan venäläistä nuorta miestä baarissa, joka haukkuu baarin musiikin ja tunnelman, kunnes kaiuttimista alkaa hyvä kappale, jonka tahtiin hän alkaa tanssia. Dmitri-videoissa nuoren miehen venäjänkielinen puhe on tekstitetty väärällä sisällöllä ja hän kuulee ensi kertaa muun muassa perussuomalaisista, tajuaa JyPin pudonneen SM-finaalista ja ilahtuu siitä, että Salatut elämät lopetetaan.

Valetekstitys on on lähestymistapana erittäin yksinkertainen eikä vaadi tekijältä juurikaan audiovisuaalista osaamista. Suosituimpien valetekstitystä käyttävien videoiden alkuperäismateriaalit on löydettävissä helposti internetistä ja Hitler kuulee -videoiden tekoon on olemassa jopa oma nettisivunsa¹⁰. Valetekstitys on nopeutensa ja helppoutensa takia erinomainen lähestymistapa reagoida ajankohtaisiin asioihin.

¹⁰ <http://meemsy.com/videos/add/24>

4.9 Video 8: Go Forth and Revolt



Kuva 12: Go Forth and Revolt (go4thREVOLT, 2011)

Elokuussa 2011 Yhdysvaltalainen farkkuja valmistava Levi Strauss jatkoi 2009 aloittamaansa *Go Forth* (suom. liiku eteenpäin) -mainoskampanjaa uudella 60 sekunnin *Levi's Legacy* -spotilla. *Go Forth* -mainoskampanjan alkuperäisenä kantavana ajatuksena oli ylistää Yhdysvaltain uudisraivaajajenkeä elämäntapana. *Levi's Legacy* oli mainoskampanjan ensimmäinen kansainväliseen levitykseen tehty spotti. Spotti rakentuu Charles Bukowskin *The Laughing Heart* (suom. naurava sydän) -runon päälle. Tiivistettynä runo kehoittaa jokaisen ihmisen elämään omannäköistään elämää ja tarttumaan mahdollisuuksiin kun elämä niitä tarjoaa. Spotin kuvituksena käytetään kuvia hyvännäköisistä nuorista ympäri maailmaa, sekä dokumentaarisia kohtauksia nuorista kapinoimassa mellakoissa. (Miller, 2011)

Dokumentaariset kohtaukset nuorista kapinoimassa mellakoissa herättivät pahennusta nopeasti. Etenkin Britanniassa jossa Lontoon mellakat alkoivat samaan aikaan kun spottia alettiin ajaa televisiossa. Lopulta Levi Strauss päätti Britanniassa hyllyttää spotin (Neate, 2011). Spotti herätti ärsyyntymistä myös aktivisteissa. He kokivat, että Levi Strauss oli valjastanut mielenosoitukset ja mellakat kapitalismin ja markkinavoimien käyttöön, vaikka juuri niitä asioita mielenosoituksilla yleensä vastustetaan. Tästä lähtökohdasta Go4thREVOLT nimimerkillä oleva käyttäjä julkaisi YouTubessa *Levi's Legacy* spotin pohjalta tehdyn poliittisen remix-videon nimeltä *Go Forth and Revolt*.

Go Forth And Revolt -videon pohjana on sellaisenaan alkuperäinen Levi Straussin 60-sekuntinen *Levi's Legacy* -spotti. Äänimaailmaa tai leikkausta ei ole muutettu millään tavalla. Sen sijaan kuvien päälle on lisätty tekstigrafiikoita. Tekstit kertovat muun muassa kapitalistien varasta-

neen mainosmateriaaliksi koko maailman, runouden, mielenosoitukset ja jopa mellakat. Loppupuolella kehoitetaan ihmisten liikkumaan eteenpäin ja tuhoamaan kapitalismi. Lisäksi Leviksen logo on muutettu revolt-tekstiksi (suom. kapina). *Go Forth and Revolt* -videota voisi luulla kokonaan aktivistien kuvaamaksi ja tekemäksi spotiksi, jos ei olisi nähnyt alkuperäistä Levi Straussin spottia ja tietäisi *Go Forth and Revolt* -videon irvailevan sille. *Go Forth and Revolt* tekee pilkkaa Levi Straussista eli kyseessä on niin kutsuttu vastamainos.

4.9.1 Lähestymistapa 8: Vastamainos

Vastamainoksen tavoitteeksi on määritelty jonkin tuotteen tai palvelun kulutuksen vähentäminen liittämällä siihen kielteisiä mielikuvia, mutta käytännössä ilmiö on paljon laajempi. Vastamainon voi katsoa olevan visuaalisen ja verbaalisen muodon ottavaa yhteiskunnallista kritiikkiä ja aktivismia. Kanadalaisen vaihtoehtokulttuuria edustavan AdBusters-lehden mukaan hyvä vastamainos jäljittelee huolellisesti mainoksen ulkoasua ja muotoa edistääkseen hämmennystä, jonka katsoja kokee huomattaessaan tulleen huijatuksi. Hyvä vastamainos pureutuu läpi median välittämän hypen ja loisteen paljastaen hetkellisesti sisällä olevan syvemmän totuuden. (Lürzer's Archive, 2009)

Vastamainoksia on tyypillisesti nähty paljon enemmän printtimuodossa kuin videona niiden yksinkertaisemman tekoprosessin vuoksi. Toimiakseen vastamainoksen tulisi olla yhtä laadukas kuin alkuperäinen mainos mihin sillä viitataan. Tämä voi olla haaste videon ollessa kyseessä. Usein yritykset kuluttavat suuria summia rahaa spotteihinsa ja yksittäisellä aktivistilla ei luonnollisesti ole resursseja samaan. *Go Forth and Revolt* -videon tapauksessa tekijä on kuitenkin viisaasti vain lisännyt tekstejä valmiin spotin päälle ja muuttanut lopun logon, jolloin tekoprosessi on ollut yksinkertainen. Vastamainos lähestymistapana antaa kuitenkin hyvät puitteet tehokkaiden poliittisten remix-videoiden tekemiseen.

4.10 Yhteenveto löydetyistä lähestymistavoista

Analysoin aikaisemmin tässä luvussa kahdeksan eri poliittista remix-videota, jotka kaikki edustivat eri alagenreä. Genrejaon tein tekoprosessin mukaan, koska tarkoitukseni oli löytää yksinkertaisia ja tehokkaita lähestymistapoja poliittisten remix-videoiden tekemiseen. Olen koonnut seuraavalle sivulle kuvaukset ja yhteenvedot näistä kahdeksasta alagenrestä.

Taulukko 1: Yhteenveto löydetystä lähestymistavoista

Lähestymistapa (alagenre)	Kuvaus	+ hyvää	- huonoa
Supercut	Irroitetaan materiaalista lyhyt kohta (klisee, sanonta tms.) ja toistetaan tätä pakko-oireisesti läpi videon.	Tehokas tuomaan esiin mahdollisesti piilossa olleen ydinviestin.	Supercuteissa on harvoin draaman kaarta, jonka takia niistä tulee helposti tylsiä.
Huulisynkroni	Sovitetaan huulteen liikkeet yhteen laulun tai puheen kanssa.	Toimiessaan lähes aina erittäin viihdyttäviä.	Vaatii taitavan leikkajan toimivan illuusion luomiseksi.
Siteerauksen kuvittaminen	Kaapataan esim. tv-lähetyksestä kuuluisan henkilön siteeraus ja kuvitetaan se.	Draaman kaari tulee hyvässä siteerauksessa valmiina.	Hyvä kuvitus vaatii usein suuren materiaalmäärän läpikäymistä.
Ääni-remix	Remixataan alkupe- räismateriaalin äänestä uusi kappale ja käytetään tätä videon ääniraitana.	Tehokas tuomaan esiin mahdollisesti piilossa olleen ydinviestin.	Vaatii tekijältä musiikillista lahjakkuutta ja musiikintekohjelmien osaamista.
Lyhytelokuva	Perinteisiä tarinan- ja kuvakerronnan lakeja kunnioittava poliittinen remix-video.	Monimuotoisin tapa lähestyä poliittisen remix-videon tekemistä.	Laajan keinovalikoi- mansa ansiosta tekijäl- le hyvin vaativa.
Musiikkivideo	Valitaan olemassa oleva musiikkikappale ja kuvitetaan se.	Musiikkikappale antaa valmiin rakenteen videolle.	Hyvä kuvitus vaatii usein suuren materiaalmäärän läpikäymistä.
Valetekstitys	Otetaan ”eksoottisella” kielellä olevasta videosta kohtaus ja keksitään siihen tekstitykset.	Erittäin helppo ja nopea tehdä. Hitler-videoiden tekoon on olemassa jopa valmis internet-sivu.	Toimii lähes aina vain reagoitina erittäin ajankohtaisiin asioihin.
Vastamainos	Mainoksen ulkoasua ja muotoa jäljittelevä video, jonka tavoitteena on liittää kielteisiä mielikuvia tuotteeseen tai palveluun.	Tehokas tapa kritisoida valittua tuotetta tai palvelua.	Vastamainosten tulisi olla yhtä laadukkaita kuin alkuperäisten mainosten. Aktivisteilla harvoin samoja resursseja kuin mainostajilla.

5 Osallistuminen videotasavaltaan: poliittisten remix-videoiden tekeminen

Tässä luvussa osallistun videotasavaltaan tekemällä kolme poliittista remix-videota. Tarkoitukseni on tutkia miten hyvin käytännössä osa löytämistäni lähestymistavoista toimii poliittisten remix-videoiden tekemiseen. Käyn läpi jokaisen videon tekoprosessin aina idean saamisesta videon vastaanottoon asti. Pysin kertomaan tasapuolisesti sisällöllisistä ja teknisistä ratkaisuisistani, jotta tekstistä olisi hyötyä niin asiasta teoriassa kiinnostuille kuin käytännön tekijöillekin. Kaikki tekemäni videot olivat katsottavissa lähdeluettelosta löytyvistä linkeistä syyskuussa 2013¹¹.

5.1 Video 1: Musiikkivideo // Kurre – Kuuden vuoden kuuliaisuus



Kuva 13: Musiikkivideo // Kurre - Kuuden vuoden kuuliaisuus (Haaja, 2012)

Tein ensimmäisen poliittisen remix-videoni helmikuussa 2012 Suomen presidentinvaalien lopputuloksen selvittyä ja Sauli Niinistön tultua valituksi presidentiksi. Video on ironinen musiikkivideo Kurren ja Maki Kolehmaisen Sauli Niinistölle tekemälle kappaleelle *Kuuden vuoden kuuliaisuus*. Seuraavissa alaluvuissa käyn läpi mistä sain idean videoon, miten tekoprosessi eteni, kuinka levitin videota ja minkälaisen vastaanoton se sai.

¹¹ Kaikki opinnäytetyöhön analysoidut ja tehdyt videot ovat myös koostettu yhteen YouTube-soittolistaan: <http://bit.ly/poliittinenremixvideo>

5.1.1 Inspiraatio, idea ja tavoitteet

Suomen 2012 presidentinvaaleissa toisella kierroksella vastakkain olivat Kokoomuksen Sauli Niinistö ja Vihreiden Pekka Haavisto. Itse äänestin molemmilla kierroksilla Haavistoa, koska koin hänen arvomaailmansa vastaavan parhaiten omaani. Haavistolla oli myös kannattajinaan suuri joukko erityisesti taiteilijoita joita itse arvostan. Niinistö oli alusta asti presidentinvaalien ennakkosuosikki ja hänen kannattajiin taas kuului useita ihmisiä joita en erityisesti arvosta. Yritin vaalien aikana kovasti miettiä keinoja miten voisin poliittisen remix-videon avulla tehdä vaalityötä Haavistolle, mutta en keksinyt mitään toimivaa.

Toisen kierroksen vaali-illan tv-lähetyksen aikana sain idean. Ensin törmäsin Facebookissa pilakuvaan, jossa Sauli Niinistön julkkiskannattajia oli photoshopattu Olympiastadionille valmiina voitonjuhlaan. Myöhemmin TV-lähetyksen aikana muusikko Maki Kolehmainen ilmoitti, että hän ja Kurre olivat tehneet kappaleen Saulin kunniaksi nimeltä *Kuuden vuoden kuuliaisuus*. Kappale löytyi vielä saman illan aikana YouTubesta ja useat leimasivat sen nopeasti imelimmäksi ikinä kuulemistaan kappaleista. Pilakuvassa olleista Saulin kannattajista ja *Kuuden vuoden kuuliaisuus* -kappaleesta syntyi idea tehdä ironinen musiikkivideo, jossa pilakuvassa olleet Niinistön kannattajat iloitsevat Saulin voittoa *Kuuden vuoden kuuliaisuus* -kappaleen tahdissa.



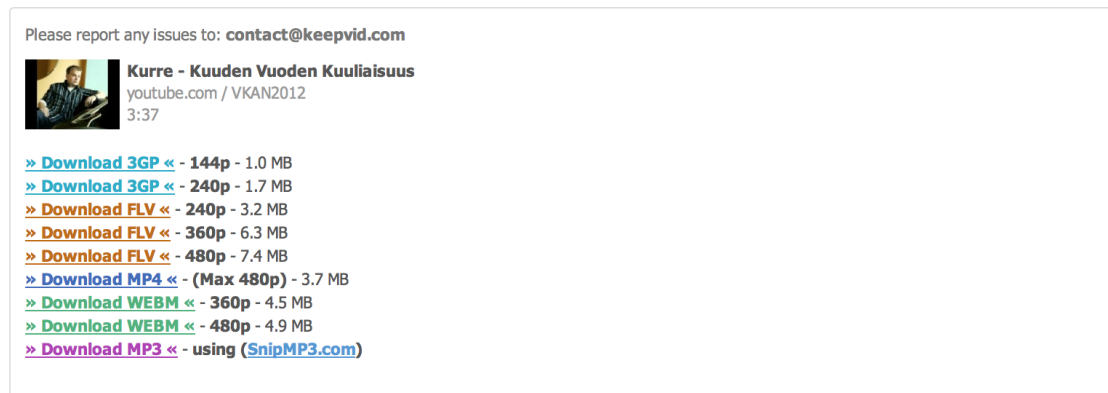
Kuva 14: Facebookissa kiertänyt pilakuva Sauli Niinistön kannattajista. Tekijä tuntematon.

Tässä vaiheessa vaali-iltaa tiesin jo, että Sauli Niinistö voittaa presidentinvaalit ja näin olleen vaikutusmahdollisuutta parantaa Pekka Haaviston asemia ei enää ollut. Halusin kuitenkin pur-

kaa vaalitappion tuomaa pettymystä tekemällä videon omasta näkökulmastani käsin. Ajattelin ehkä naivisti, että osa Saulin kannattajista saattaisi ymmärtää tehneensä virheen ja äänestäisi jatkossa toisin, nähtyään mihin ”idioottien” ryhmään heidät nyt yhdistetään.

5.1.2 Materiaalin hankinta

Ennen materiaalin hankinnan aloittamista päätin etten välitä tekijänoikeuksista ja käytän mitä tahansa löytämäni materiaalia, joka vain sopisi videoon. Aloitin materiaalin hankinnan lataamalla itselleni YouTubesta Kurren ja Maki Kolehmainen kappaleen *Kuuden vuoden kuuliaisuus*. YouTube ei itsessään anna ladata videoita palvelusta, mutta internetistä löytyy lukuisia ohjelmia ja sivustoja, jotka mahdollistavat tämän. Käytin videon lataukseen Keepvid-sivustoa, joka YouTuben lisäksi antaa ladata videoita mm. Vimeosta, Facebookista ja Dailymotionista. YouTube itsessään konvertoi jokaisen videon useaan eri kokoon ja formaattiin, jotta videot toimisivat mahdollisimman laajasti eri yhteyksillä ja päätelaitteilla. Keepvid antaa valita missä näistä formaateista videon haluaa ladata. Valitsin formaatiksi suurimman mahdollisimman MP4-tiedoston, jotta alkuperäismateriaali olisi niin hyvälaatuinen kuin mahdollista.



Kuva 15: Keepvid mahdollistaa videon lataamisen YouTubesta useassa eri formaatissa.

Halusin käyttää kuvia myös vaali-illan tv-lähetyksestä. Tätä materiaalia ei löytynyt YouTubesta eikä materiaalia pystynyt lataamaan Yle Areenasta. Minulla oli kuitenkin olemassa aktiivinen tili TV-kaista palveluun, joka nauhoittaa automaattisesti kaikki ohjelmat kotimaisilta ilmaiskanavilta ja säilyttää ne katsottavissa kuukauden ajan. Katsomisen lisäksi TV-kaista antaa myös ladata ohjelmat palvelusta. Heikompileatuisten ja uudelleen pakattujen MP4-tiedostojen lisäksi TV-kaista tallentaa alkuperäisen digitaalisen tv-lähetyksen sellaisenaan MPEG2-muodossa. Latasin vaali-illan tv-lähetyksen MPEG2-muodossa, koska tämä on paras mahdollinen laatu, jos pääsyä ei ole alkuperäiseen tv-kanavan käyttämään lähetysmateriaaliin.

Seuraavaksi tarvitsin materiaalia Sauli Niinistön kannattajista. Aloitin tekemällä taustatyötä pilakuvassa olleista Niinistön kannattajista. Selvitin ovatko he kaikki edes julkisesti kertoneet olevansa Niinistön kannattajia etten vahingossa laittaisi vääriä henkilöitä videoon. Aloin myös

etsimään lisää julkisesti Niinistöä kannattaneita henkilöitä. Tavoitteenaani oli löytää Niinistön kannattajista mahdollisimman monta henkilöä, jotka aiheuttavat ihmisissä vahvoja ristiriitaisia mielipiteitä. Uskoin näin saavani videoon suurimman mahdollisen tunnelatauksen. Tein itseleni listan henkilöistä joita halusin käyttää ja aloin etsiä heistä YouTubesta mahdollisimman provosoivaa videomateriaalia. Osasta henkilöitä sopivaa videomateriaalia löytyi helposti ja käytin jälleen Keepvid-sivustoa videoiden lataamiseen. Loppujen osalta päätin tyytyä still-kuviin, joiden etsimiseen käytin Googlen kuvahakua. Googlen kuvahaussa kiinnitin erityistä huomiota, että lataamani kuvat olivat suurikokoisia jolloin kuvien zoomaus onnistuu laadun heikkenemättä.

5.1.3 Tekoprosessi

Olin syksyllä 2011 tutustunut Applen kesällä 2011 julkaisemaan Final Cut Pro X -ohjelmaan, mutta en ollut käytännössä vielä tehnyt sillä töitä. Ohjelman nimi oli tuttu Final Cut Pro, mutta käytännössä sillä ei ollut mitään tekemistä vanhan Final Cut Pro:n kanssa. Ilmeisesti Apple halusi yksinkertaistaa Final Cut Pro -ohjelman uuteen X-versioon, mutta yksinkertaistaminen johti siihen, että ohjelmasta puuttui paljon ominaisuuksia joita ammattilaiset tarvitsivat. Hyvänä puolena uudessa versiossa on kuitenkin se, että sillä pystyy suoraan editoimaan YouTubesta ladattuja MP4-tiedostoja eli niitä ei tarvitse konvertoida toiseen formaattiin toisin kuin vanhasa Final Cut Pro 7 -ohjelmassa. Tämän syyn takia ajattelin, että tämä olisi sopiva projekti kokeilla ohjelmaa käytännössä. Päätin siis leikata videon Final Cut Pro X-ohjelmalla.



Kuva 16: Kuvakaappaus Apple Final Cut Pro X-ohjelmasta (2012).

Ohjelmapromoja tehdessä olen tottunut työskentelemään äänet edellä. Eli ensiksi luodaan äänipohja olennaisilta osilta musiikkeineen, spiikkeineen ja äänitehosteineen ja tämän jälkeen vasta huolehditaan kuvituksesta. Äänipohjalla saadaan helposti luotua haluttu rytmi ja rakenne videolle. Kuvat ovat myös paljon anteeksiantavampia kuin äänet. Omien kokemusteni perusteella ihmiset huomaavat virheet äänessä helposti, mutta huono leikkaus häiritsee harvemmin. Etenkin musiikki vaikuttaa myös tunnelmaan niin paljon, että sopivien kuvien valinta on huomattavasti helpompaa musiikin ollessa valittuna ennen editoinnin aloittamista.

Aloitin siis tekemällä ensiksi äänipohjan. Alkuperäinen *Kuuden vuoden kuuliaisuus* kappale oli kolme ja puoli minuuttia pitkä, mutta en uskonut ironisen vitsin kantavan niin pitkää aikaa. Minulla ei myöskään ollut arvioni mukaan riittävästi materiaalia kolme ja puoli minuuttia kestävään hyvään kuvitukseen. Tämän takia lyhensin kappaletta ja tein siitä minuutin pituisen version. Halusin käyttää vaali-illan tv-lähetyksestä Maki Kolehmaisien kommenttia, jossa hän kertoo tehneensä Kurren kanssa kappaleen Sauli Niinistölle. Löysin kappaleen puolivälistä ennen viimeistä nostatusta sopivan kohdan kommentille ja lisäsin sen siihen.

Nyt minulla oli valmis äänipohja jonka päälle aloin sattumanvaraisesti lisäämään löytämiäni videoita ja stillejä Niinistön kannattajista. Nopeasti huomasin, että videon alku oli ongelma. Tuntui oudolta, että heti kappaleen alettua yhtäkkiä alkaa tulla videoita ja stillejä satunnaisista julkisuuden henkilöitä. Päätin selkeyttää videota laittamalla alkuun kohtauksen vaali-illan TV-lähetyksestä, jossa Sauli Niinistöä onnitellaan presidentinvaalien voitosta. Näin katsoja johdattellaan oikeaan aihepiiriin. Tämän jälkeen video tuntui paljon sujuvammalta ja loogisemmalta. Päätin vielä laittaa videon loppuun ironisen tekstigrafiikan, missä kiitän Maki Kolehmaista, Kurrea ja kaikkia muita Sauli Niinistön kannattajia. Rakenteellisesti video oli mielestäni nyt valmis, mutta vaihtelevalaatuisten alkuperäismateriaalin takia video näytti paikoitellen sekavalta ja tuntui tarvitsevan elementin, joka sitoisi sen yhdeksi kokonaisuudeksi. Päädyin pienentämään videoita ja stillejä hieman ja laittamaan taustalle YouTubea löytämäni liehuvan 3D:llä tehdyn Suomen lipun.

5.1.4 Levitys ja vastaanotto

Loin videon levitystä varten itselleni uuden tunnuksen YouTubeen nimimerkillä videoremixify. Halusin luoda anonyymien tunnuksen opinnäytetyötäni varten, jolla lataisin kaikki tekemiäni poliittiset remix-videot. En halunnut että omaa nimeäni yhdistettäisiin suoraan tekemiini videoihin, siltä varalta jos joku sattuisi niistä todella hermostumaan. Latasin valmiin videon YouTubeen nimellä *Kiitos Maki ja Kurre ja muut Saulin kannattajat*.

Kuten jo kappaleessa 3.3.1 totesin pelkkä videon lataaminen YouTubeen ei takaa ensimmäistäkään katselukertaa. YouTube itse nostaa etusivuilleen vain suurimmat ja suosituimmat videot eri algoritmien perusteella. Olin työssäni MTV Median promotuottajana käyttänyt parissa vi-

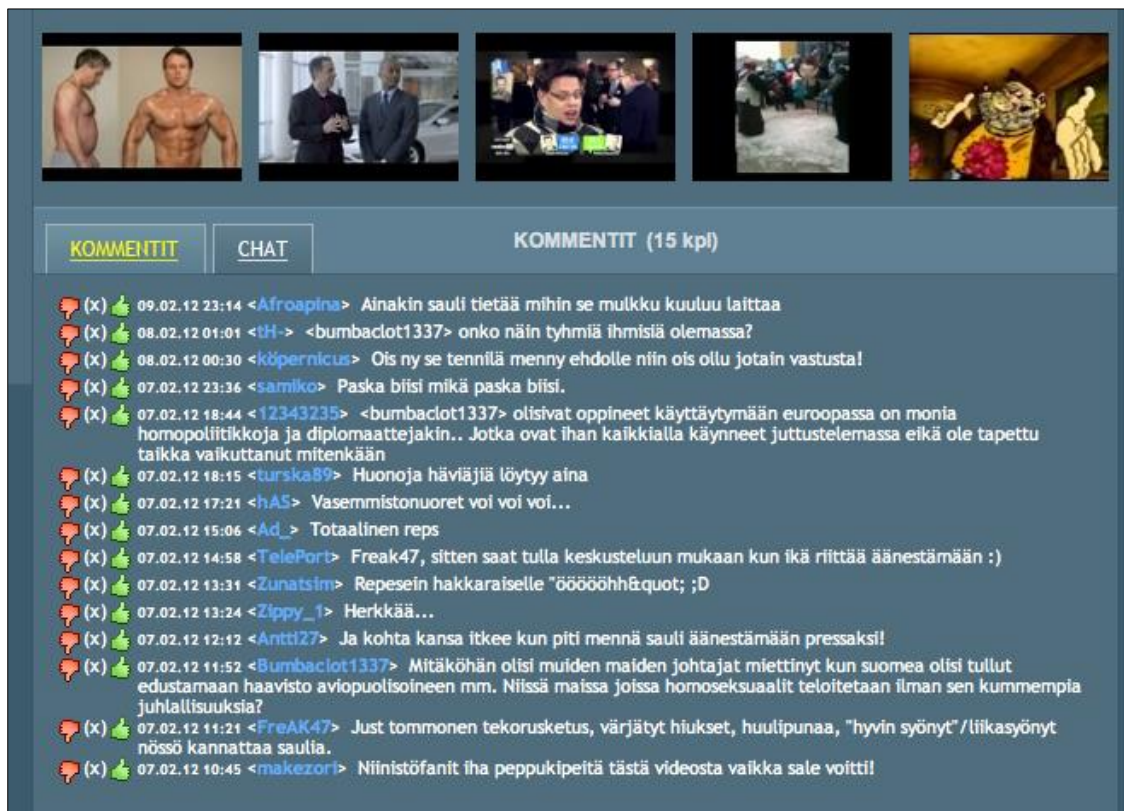
raalikampanjassa kotimaista huumorisivusto Riemuriasiaa¹² menestyksekkäästi hyödyksi videoiden levittämisessä. Kuka tahansa voi ehdottaa videoita Riemuriasiaan, mutta moderaattorit päättävät mitkä lopulta päätyvät sivulle. Koska video oli mielestäni hyvää huumoria uskoin sen läpäisevän tarkastuksen ja ehdotin videota Riemuriasiaan. Seuraavaksi lisäsin linkin videoon omalle Facebook-sivulleni, sekä Pekka Haaviston Facebookissa olleeseen kampanjasivuun. Tämän jälkeen hain Googlessa hakusanoilla ”Maki & Kurre” ja löysin useilta foorumeilta keskustelua aiheesta. Kävin osallistumassa keskusteluun Ilta-Sanomien, Iskelmän ja Vauva-lehden foorumeilla ja lisäsin kommentteihini linkin tekemääni videoon.



Kuva 17: Pekka Haaviston Facebook-kampanjasivulle lisäämäni linkki kommentteineen.

Saatuani levityksen alkuun päätin odottaa pari päivää ennen kuin aloin tarkastelemaan miten paljon videota on katsottu ja kuinka siihen on reagoitu. Ilokseni huomasin Riemuriasian lisänneen videoni sivulleen. Videota oli katsottu reilussa kahdessa vuorokaudessa 3000 kertaa. Se oli mielestäni kohtuullisen paljon, mutta samassa ajassa Kurren alkuperäistä *Kuuden vuoden kuuliaisuus* kappaletta oli kuunneltu YouTubessa lähes 100000 kertaa. Tämän takia päätin muuttaa videon nimeksi *Musiikkivideo // Kurre – Kuuden vuoden kuuliaisuus (tribuutti Saulin äänestäjille)*. Näin ihmisten hakiessa YouTubesta alkuperäistä kappaletta minunkin videoni nousisi ehkä hakutuloksiin. Kommentit videostani olivat odotettavasti ristiriitaisia ja suurin osa ala-arvoisia. Kaikki eivät myöskään olleet tajunneet videoni ideaa ja ironiaa.

¹² <http://www.riemuriasia.fi/>



Kuva 18: Kommenttija videoon Riemurasia sivustolla.

Videota katsottiin reilussa viikossa 5500 kertaa, jonka jälkeen katsojamäärät eivät käytännössä enää nousseet. Puolitoista vuotta myöhemmin elokuussa 2013 videota oli katsottu 6000 kertaa. Video toimi siis käytännössä hetken vitsinä. Osa kommentoijista kehui videota, mutta samaan aikaan se ärsytti monia ja sitä pidettiin sääliittävänä. Oliko videolla mitään vaikutusta mihinkään? Vaikea arvioida. Tuskin kovin moni ainakaan poliittista suuntautumistaan muutti videon takia. Todennäköisesti se toimi linkkiä jakaneille ja videosta tykänneille tapana purkaa pahaa oloa ja pettymystä Pekka Haaviston tappion takia.

5.2 Video 2: Hitler kuulee pakkoruotsista



Kuva 19: Hitler kuulee pakkoruotsista (Haaja, 2013)

Toisen poliittisen remix-videoni tein elokuussa 2013 kun kansalaisaloite ruotsin kielen vapaaehtoisuudesta kouluissa oli ylittänyt 50000 allekirjoittaneen rajan. Lain mukaan eduskunnan on otettava käsittelyyn yli 50000 allekirjoitusta keränneet kansalaisaloitteet. Poliittinen remix-videoni on nimeltään *Hitler kuulee pakkoruotsista*. Seuraavissa alaluvuissa käyn läpi mistä sain idean videoon, miten tekoprosessi eteni, kuinka levitin videota ja minkälaisen vastaanoton se sai.

5.2.1 Inspiraatio, idea ja tavoitteet

Vapaa kielivalinta -yhdistys teki maaliskuussa 2013 kansalaisaloitteen ruotsin kielen muuttamisesta vapaaehtoiseksi oppiaineeksi. Viisi kuukautta myöhemmin elokuussa he ilmoittivat saaneensa 50000 allekirjoittajaa aloitteelleen. Tämä aloitti suuren keskustelun ruotsin kielen hyödyistä ja tarpeellisuudesta Suomessa.

Olen Kotkasta kotoisin ja nuoruudessani en käytännössä kuullut ruotsia koskaan. Saatuaani ajokortin kävimme ystäväni kanssa viikottain Venäjän puolella tankkaamassa autot ja ostamassa usein alkoholia ja tupakkaa. Vastavuoroisesti monet venäläiset kävivät Kotkassa ostamassa tuotteita, joita Venäjältä ei ollut helposti saatavilla. Nuoruudessani kuulin siis suomen ja englannin ohella lähinnä venäjää. En koskaan ruotsia. Ylä-asteella olin hyvä ruotsinkielessä, mutta lukiossa asenteeni kieltä kohtaan huononi ja arvosanani olivat pääosin surkeita. Olen myöhemmin elämässäni ollut kohtuullisen paljon tekemisissä ruotsalaisten kanssa ja kommunikaa-

tio on aina tapahtunut englanniksi. Vaikka pärjäisin ruotsillani auttavasti, niin oman kokemukseni mukaan ruotsalaiset puhuvat erittäin hyvää englantia ja tämän takia kommunikointi englanniksi on paljon parempaa ja monimuotoisempaa. En ole ikinä päätenyt ruotsalaisten kanssa tilanteeseen, jossa en olisi pärjännyt englanniksi. Sen sijaan matkoillani esimerkiksi Espanjaan olen joutunut usein tilanteisiin, joista olisin selviytynyt kunnialla ainoastaan puhumalla espanjaa.

Kielten opiskelu on mielestäni suuri rikkaus, mutta en kannata pakollista ruotsin kielen opiskelua kouluissa. Uskon vilpittömästi, että jonkin valtakielen opiskeleminen englannin rinnalle olisi paljon hyödyllisempää ja motivoivampaa ihmisille. Pakkoruotsin noustua kansalaisaloitteen myötä keskustelun ytimeen halusin tehdä osani pakkoruotsin poistamiseksi. Oletin lähtökohtaisesti, että aiheesta oli jo aikaisemmin tehty ”Hitler kuulee” -video, mutta koska näin ei ollut päätin tehdä sen itse. Päätin antaa videolle nimeksi yksinkertaisesti *Hitler kuulee pakkoruotsista*.

Kun aloin tekemään videota, niin kansalaisaloite oli jo saanut tarvittavat 50000 allekirjoitusta edetäkseen eduskunnan käsittelyyn. Ajattelin kuitenkin, että jos se saisi vielä merkittävästi lisää allekirjoittajia ennen käsittelyn alkua olisi kansalaisaloitteella ehkä vielä enemmän painoarvoa eduskunnassa. Otin tavoitteekseni hankkia videolla lisää allekirjoittajia kansalaisaloitteelle. Tämän lisäksi halusin oikeasti laittaa ihmiset miettimään pakkoruotsin hyötyjä ja haittoja.

5.2.2 Materiaalin hankinta

”Hitler kuulee” -videoiden tekeminen valetekstityksellä on varsin helppoa, kuten totesin aluvuossa 4.8.1 puhuessani valetekstityksestä laajemmin. Yksinkertaisesti otetaan Oliver Hirschbiegelin vuonna 2004 ohjaamasta Hitler-elokuvasta Perikato (Der Untergang) kohtaus, jossa Führer raivostuu kenraaleilleen ja tekstitetään saksankielisen huutamisen päälle keksityt tekstit. Internetistä löytyy ”Hitler kuulee” -videoiden tekoon jopa valmis nettisivu, mutta sen kautta tehtyjen videoiden tekninen laatu on huono ja tämän takia päätin tehdä videon kokonaan itse. Aluksi tarvitsin elokuvan kohtauksen puhtaana ilman tekstityksiä. YouTubesta löytyi useampiakin versio, mutta näiden tekninen laatu jätti paljon toivomisen varaa. Lopulta päädyin lataamaan koko elokuvan laittomasti PirateBay-sivuston kautta, koska sieltä löysin täydellä HD-laadulla olevan version MP4-tiedostona.

Hyvissä ”Hitler kuulee” -videoissa Hitlerin kommentit ovat usein viiltävän oikeaan osuvia, provosoivia ja hauskoja. Itselläni oli muutamia hyviä ideoita repliikeiksi, mutta tiesin etteivät ne vielä yksin riittäisi. Tarvitsin myös toimivan draaman kaaren videolle. Aloitin taustatyön etsimällä Googlella hakusanalla ”pakkoruotsi” löytyviä artikkeleita, blogeja ja keskusteluja. Löysin hyviä Helsingin Sanomien, Ilta-Sanomien ja Iltalehden artikkeleja aiheesta. Jo vuonna 2005 avatulta ja yksityisvoimin ylläpidetyltä Pakkoruotsi.net -sivustolta löytyi kattava kooste

pakkoruotsin faktoista. Provosoivien kommenttien löytämiseen parhaaksi paikaksi osoittautui Suomi24-sivuston keskustelufoorumi.



Kuva 20: Kommentti pakkoruotsista Suomi24-sivuston keskustelufoorumeilla

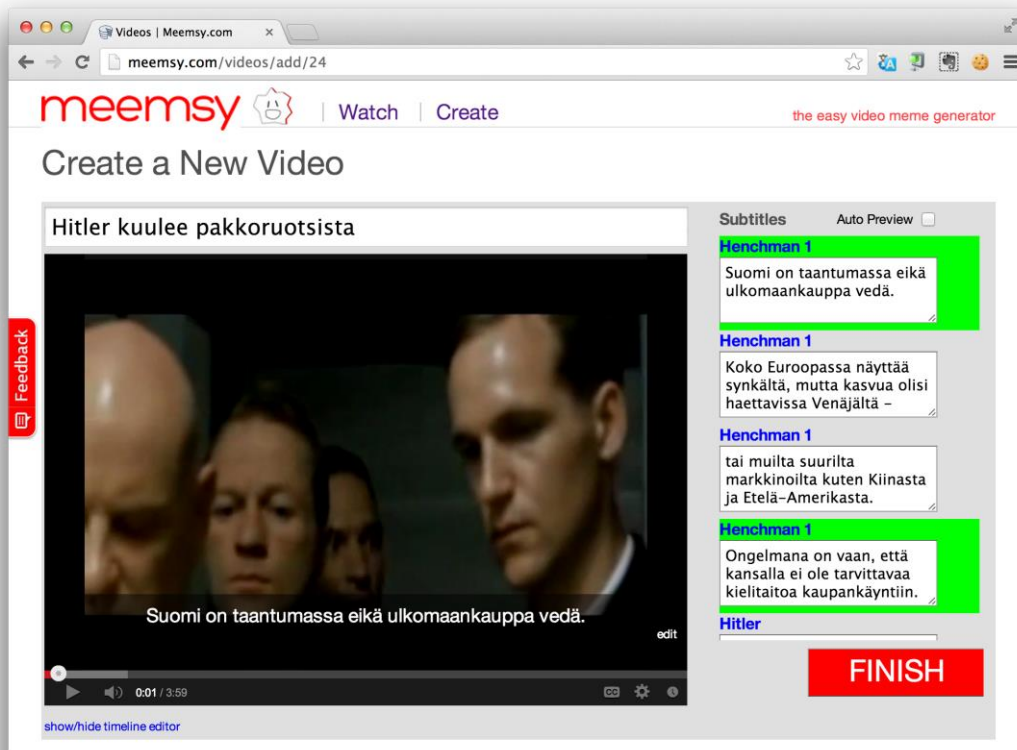
5.2.3 Tekoprosessi

Koska "Hitler kuulee" -videoiden tekemisessä ei ole mitään editoitavaa tärkeimmäksi nousee hyvä käsikirjoitus. "Hitler kuulee" -videoissa on aina sama rakenne. Kenraalit antavat tilannekatsausta Hitlerille, Hitler kertoo mitä asialle tehdään, kenraalit toteavat ettei se ole mahdollista, Hitler kommentoi osan ryhmästä ulos ja alkaa raivoamaan kenraaleilleen. Tarvitsin siis tilanteen, jonka kenraalit esittelevät Hitlerille ja jota ei ole mahdollista toteuttaa pakkoruotsin takia.

Keräsin yhteen löytämiäni hyviä kommentteja ja aloin hahmotella käsikirjoitusta. Useassa keskustelussa sivuttiin kuinka Suomella menisi paremmin, jos kauppaa pystyttäisiin käymään Venäjän tai muiden suurten markkinoiden kuten Etelä-Amerikan ja Kiinan kanssa heidän omilla kielillään. Tästä minulle syntyi ajatus, että ehkä pakolliset englanti ja ruotsi kuormittavat jo useimpia koululaisia niin paljon, että heillä ei ole enää resursseja opetella kolmatta kieltä. Otin tämän käsikirjoitukseni lähtökohdaksi. Eli kenraalit kertoisivat Hitlerille kuinka talouden kasvua olisi haettavissa mm. Venäjältä, mutta kaupankäynti ei onnistu ilman kielitaitoa. Tähän Hitler ehdottaisi jokaiselle koululaiselle jonkun pakollisen valtakielen opiskelua englannin rinnalle. Kenraalit toteaisivat tämän kuitenkin olevan mahdotonta, koska useimmilla ihmisillä ei ole enää resursseja opetella lisää kieliä jo pakollisen ruotsin kielen takia. Hitler hermostuisi kuullessaan pakkoruotsista ja aloittaisi raivoamisen pakkoruotsin turhuudesta kenraaleilleen. Keskustelufoorumeilta keräämistäni kommentteista järjestelin rungon Hitlerin raivoamiseen.

Käsikirjoituksen toimivuutta on vaikea hahmotella ennen kuin näkee miten se oikeasti toimii yhteen kuvan kanssa. Internetistä löytyy valmiita sivustoja "Hitler kuulee" -videoiden tekoon, mutta olin päättänyt itse tehdä videon editointiohjelmassa korkeamman laadun takia. Ymmärsin kuitenkin kokeillessani näitä sivustoja, että niistä voisi olla minulle hyötyä käsikirjoitusta testatessani. Meemsy.com -sivustolla pystyy reaaliajassa näkemään miten tekstitykset tulevat

näkymään "Hitler kuulee" -videossa. Päätin tehdä käsikirjoitukseni loppuun sivuston avulla, koska kommenttien kokeileminen eri kohdissa videota oli nopeaa ja vaivatonta.



Kuva 21: Meemsy.com sivustolla voi tehdä helposti "Hitler kuulee" -videon.

Useat "Hitler kuulee" -videot ovat lähes neljä minuuttia pitkiä hyödyntäen koko alkuperäisen kohtauksen mitan. En itse kuitenkaan ole jaksanut juuri koskaan katsoa näitä videoita loppuun asti, koska vitsi ei ole kantanut enää parin minuutin jälkeen. Päädyin itse tekemään videosta kaksi ja puoli minuuttia pitkän, koska siinä kohtaa elokuvan alkuperäisessä kohtauksessa on pieni suvanto mihin video on helppo lopettaa. Kun olin saanut tehtyä käsikirjoituksen valmiiksi Meemsy.com sivustolla aloitin valmiin videon koostamisen Adobe Premiere Pro CC – editointiohjelmassa. Adobe Premiere Pro CC tukee suoraan MP4-tiedostoja, joten minun ei tarvinnut kääntää PirateBay-sivuston kautta lataamaani *Perikato*-elokuvaa toiseen muotoon. Etsin elokuvasta oikean kohdan aikajanalle ja manuaalisesti lisäsin tekstitystyökalulla tekstit oikeisiin kohtiin.

5.2.4 Levitys ja vastaanotto

Latasin valmiin videon YouTubeen samalla videoremixify nimimerkillä kuin ensimmäisenkin videon. Videon kuvaukseen laitoin kehotuksen käydä allekirjoittamassa kansalaisaloite ruotsin valinnaisuudesta. Lisäsin saman kehotuksen vielä videon loppuun YouTubeen merkintä-

työkalulla. En halunnut laittaa kehotusta suoraan itse videoon, koska kansalaisaloitteen allekirjoittaminen ei olisi kovin pitkään ajankohtaista, mutta videota saatettaisiin katsoa vielä vuosienkin päästä. Merkintä-työkalulla tehdyn kehotteen pystyisin poistamaan milloin vain.

Aloitin videon levittämisen samalla tavalla kuin ensimmäisen videon kohdalla eli ehdottamalla sitä Riemurasiaan ja toivoen, että moderoijat lisäisivät sen sivulle. Ehdotin videota myös toiselle kotimaiselle Naurunappula.com-huumorisivustolle. Etsin Facebookista pakkoruotsia vastustavia ryhmiä ja löysin kaksi joihin lisäsin linkit videoon. Hain Googlella viimeisen vuorokauden aikana aktiivisena olleita keskusteluja pakkoruotsista ja löysin niitä Suomi24:n, Iltalehden, Vauva.fi:n ja Plazan keskustelufoorumeilta. Kävin osallistumassa keskusteluihin lisäten samalla linkin videoon.

Suosittelu Yksi henkilö suosittelee tätä. Ole ensimmäinen kavereistasi. Sivu 207 / 224 1 ... < 107 157 197 205 206 207 208 209 217 > ... 224

Näytä ensimmäinen lukematon Ketjun työkalut Näyttövalinnat

22.08.2013, 16:34 #2061 Ilmoita asiaton viesti

JoopajooJoopajoo Vieras Viestejä: n/a

Hitler kuulee pakkoruotsista

Tämä summaa täysin omat ajatukseni asiasta:

<http://www.youtube.com/watch?v=EItsK0xPOcI>

22.08.2013, 16:51 #2062 Ilmoita asiaton viesti

Nestori kaasalainen Vieras Viestejä: n/a

Hitler kuulee pakkoruotsista, kaikki oleellinen asiasta!

Hitler kuulee pakkoruotsista, kaikki oleellinen asiasta!

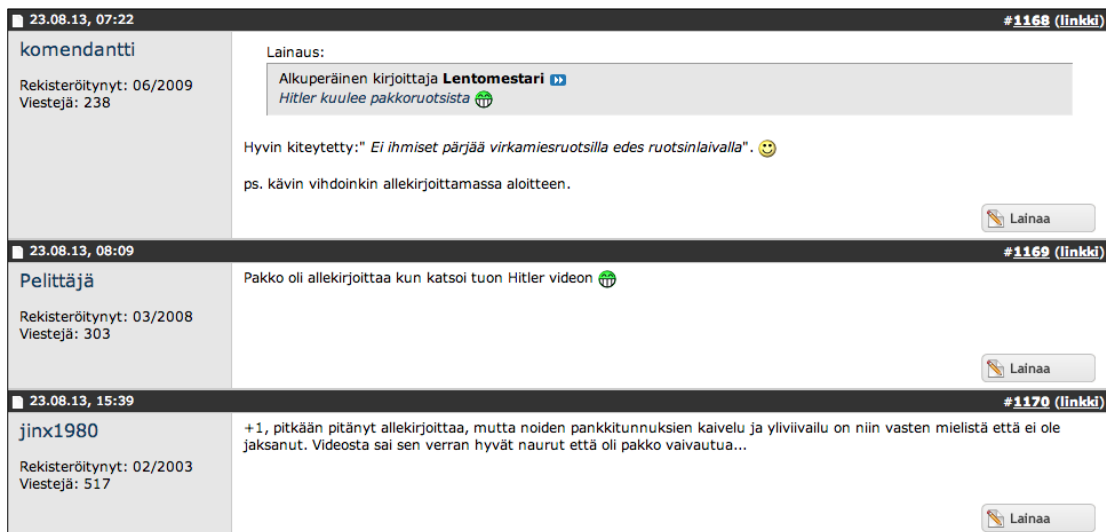
Lainaus:

JoopajooJoopajoo kirjoitti: Tämä summaa täysin omat ajatukseni asiasta: <http://www.youtube.com/watch?v=EItsK0xPOcI>

No, siinähan tuli kaikki oleellinen esiin. 😊

Kuva 22: Iltalehden keskustelufoorumi JoopajooJoopajoo nimimerkillä lisäämäni linkki videoon.

Video lähti nopeasti liikkeelle ja sitä katsottiin jo parissa tunnissa satoja kertoja. Seuraavana päivänä video oli lisätty Riemurasiaan ja katsomiskerrat nousivat nopeasti yli kolmeen tuhan-teen. Keskustelua videosta löytyi myös useilta foorumeilta. Oma tavoitteeni videolle oli saada lisää allekirjoittajia kansalaisaloitteelle ja herättää keskustelua pakkoruotsin tarpeellisuudesta. Tämän takia ilahduin suuresti kun löysin Murobbs-sivuston keskustelufoorumeilta kommentteja, joissa ihmiset kertoivat menneensä allekirjoittamaan kansalaisaloitteen nähtyään videon.



Kuva 23: Murobbs-sivuston keskustelufoorumeilla kommentteja videosta.

Videota katsottiin viidessä päivässä yli 5000 kertaa. Sen jälkeen katsominen hidastui, mutta jatkui tasaisesti ja kaksi viikkoa myöhemmin syyskuun alussa videota oli katsottu n. 5800 kertaa. Videon aihe ei ole sidottu pelkästään yhteen hetkeen ja voi hyvin olla, että video saa huomattavasti lisää katsomiskertoja siinä vaiheessa, kun kansalaisaloite menee eduskunnan käsittelyyn ja pakkoruotsin tarpeellisuudesta aletaan jälleen aktiivisesti keskustella. Mielenkiintoisena lisänä YouTubessa JatsiQ-nimimerkillä oleva käyttäjä teki oman remixinsä videostani ja antoi videon nimeksi *Pakkoruotsin perikato II*. Tässä videossa suurin osa kommentteista on samoja, mutta videota on pidennetty ja kieli on omaani karkeampaa. Samoin kuin omassa videossani myös JatsiQ:n videossa lopussa kehoitetaan allekirjoittamaan kansalaisaloite.

Kokonaisuudessaan pidän *Hitler kuulee pakkoruotsista* -videota erittäin onnistuneena. Se herätti keskustelua ja todistetusti ainakin muutamat henkilöt menivät sen innoittamina allekirjoittamaan kansalaisaloitteen ruotsinkielen opiskelun vapaaehtoisuudesta.

5.3 Video 3: Vladimir Putin Performs "Somewhere Over the Rainbow"



Kuva 24: Vladimir Putin Performs "Somewhere Over the Rainbow" (Haaja, 2013)

Kolmas tekemäni poliittinen remix-video valmistui elokuussa 2013 ja se kritisoi Venäjän homojen oikeuksia. Videossa Vladimir Putin esittää huulisynkronoituna *Somewhere over the rainbow* -kappaleen. Seuraavissa alaluvuissa käyn läpi mistä sain idean videoon, miten tekoprosessi eteni, kuinka levitin videota ja minkälaisen vastaanoton se sai.

5.3.1 Inspiraatio, idea ja tavoitteet

Olin jo pitkään ollut tietoinen ja huolissani Venäjän homojen huonosta tilanteesta. Vladimir Putin hyväksyi kesäkuussa 2013 lain, joka kieltää homoseksuaalisuutta koskevan tiedon jakamisen lapsille. Tämä nostatti kiivaita vastalauseita ympäri maailmaa ja etenkin ihmisoikeusjärjestöissä. Arvostelijoiden mukaan laki käytännössä estää kaikki julkiset homotapahtumat Venäjällä (Töyrylä, 2013). Kuultuani laista halusin kritisoida asiaa poliittisella remix-videolla, mutta en vielä kesäkuussa keksinyt mitään hyvää ideaa.

Yleisurheilun MM-kisat pidettiin elokuussa 2013 Moskovassa. Suomen kulttuuri- ja urheiluministeri Paavo Arhinmäki oli läsnä kisoissa ja otti kantaa Venäjän homolakiin. Arhinmäki kuljetti Luznikin stadionille sateenkaarilipun, jota hän heilutti ruotsalaisen korkeushyppäjän Emma

Green Tregaron suorituksen aikana (Kanerva, 2013). Tämä herätti paljon keskustelua mediassa. Sateenkaarilipusta minulla tuli mieleen *Somewhere over the rainbow* -kappale ja sain oivalluksen, että ehkä pystyisin huulisynkronilla tekemään videon, missä Venäjän presidentti Vladimir Putin näyttää laulavan kyseistä kappaletta.



Kuva 25: Paavo Arhinmäki heiluttaa sateenkaarilippua yleisurheilun MM-kisoissa Moskovassa. Kuvaaja Jussi Saramo.

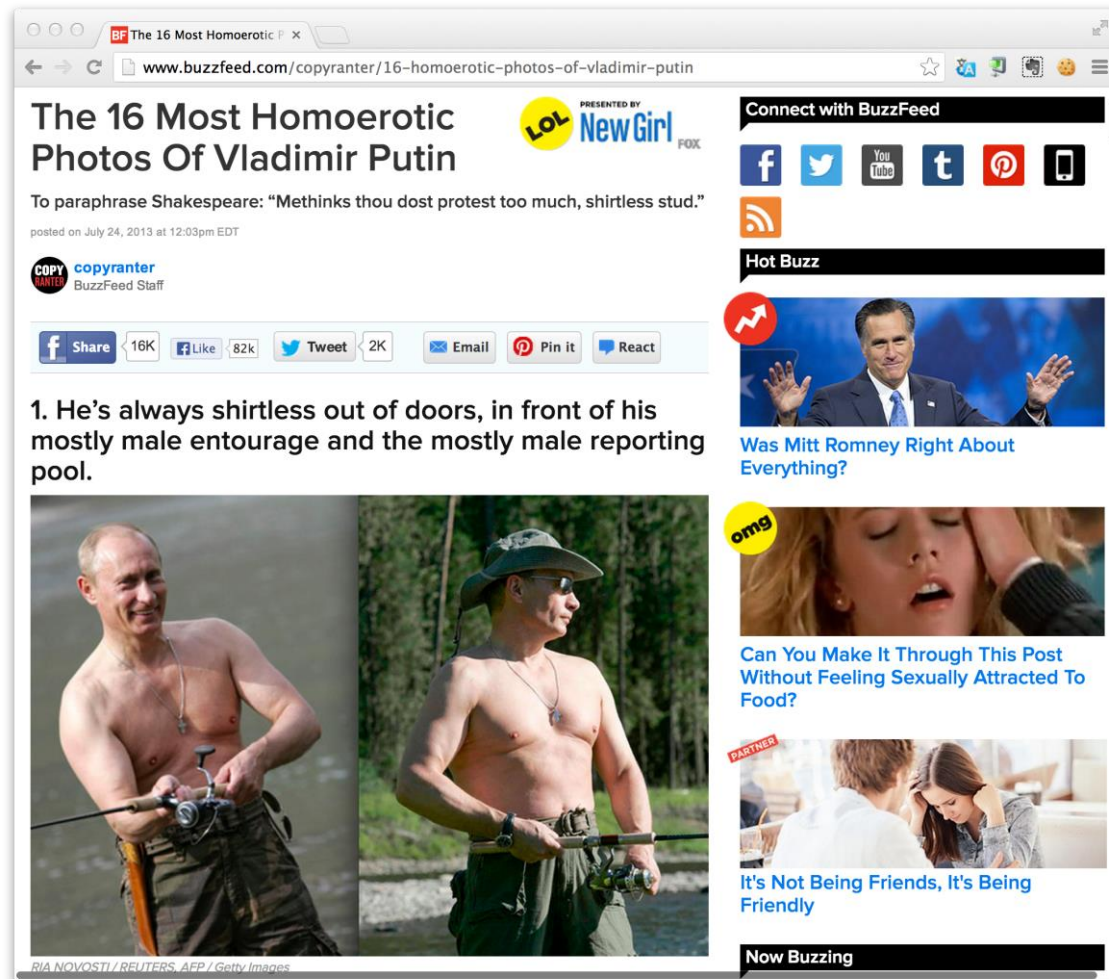
Päätin tehdä videon ja otin esikuvakseni luvussa 4.3 analysoidun *Bush and Blair's Endless Love* –videon. Siinä huulisynkroni toimii erinomaisesti, video on hauska ja se on levinnyt laajalle. Koska video tulisi olemaan englanniksi otin tavoitteekseni, että se leviäisi maailmanlaajuisesti saaden kymmeniätuhansia katsojia ja herättäisi paljon keskustelua Venäjän homojen oikeuksista.

5.3.2 Materiaalin hankinta

Tarvitsin huulisynkronia varten Vladimir Putinista paljon videomateriaalia, missä hän puhuu ja elehtii eri tavoilla. Etsin aluksi materiaali YouTubesta, mutta hyvää materiaalia löytyi heikosti. Huomasin sattumalta, että Venäjän presidentin omilta kotisivuilta¹³ löytyi videona useita eri puheita, kokouksia ja haastatteluja. Nämä kaikki olivat suoraan ladattavissa MP4-formaatissa. Latasin sivuilta toistakymmentä videota, jotka yhteenlaskettuna olivat yli kolme tuntia videomateriaalia puhuvasta Putinista.

¹³ <http://eng.kremlin.ru/>

Video tarvitsi mielestäni kuvitusta huulisynkronilla laulavan Putinin lisäksi. Halusin tehdä pilkkaa Putinin homofoobisuudesta ja tiesin hänestä löytyvän homoeroottisia kuvia, joissa hän muun muassa ratsastaa ja kalastaa ilman paitaa Siperiassa. Etsin Googlessa kuvia Vladimir Putinista ilman paitaa ja löysin Buzzfeedin tekemän artikkelin mihin he olivat koonneet kuusitoista homoeroottisinta kuvaa Putinista. Kuvat sivulla olivat suhteellisen pienikokoisia joten etsin Googlen kuvahaun avulla kuvista suuremmat ja parempilaatuiset versiot.



Kuva 26: BuzzFeed kokosi 16 homoeroottisinta kuvaa Vladimir Putinista.

Ajatukseni oli rinnastaa Putin muihin homoihin, joten tarvitsin lisää kuvia. Halusin sateenkaari-lipun näkyvän vahvasti videoissa, joten etsin kuvia joissa näkyisi homoja ja sateenkaarilippu. Googlen kuvahaulla kuvia löytyi paljon, mutta suuri osa niistä oli liian seksistisiä. Halusin pitää videon kuitenkin tyylikkäänä enkä tehdä asiasta täyttää vitsiä. Löysin kuitenkin kymmenisen kuvaa, joita uskoin pystyväni käyttämään videossa.

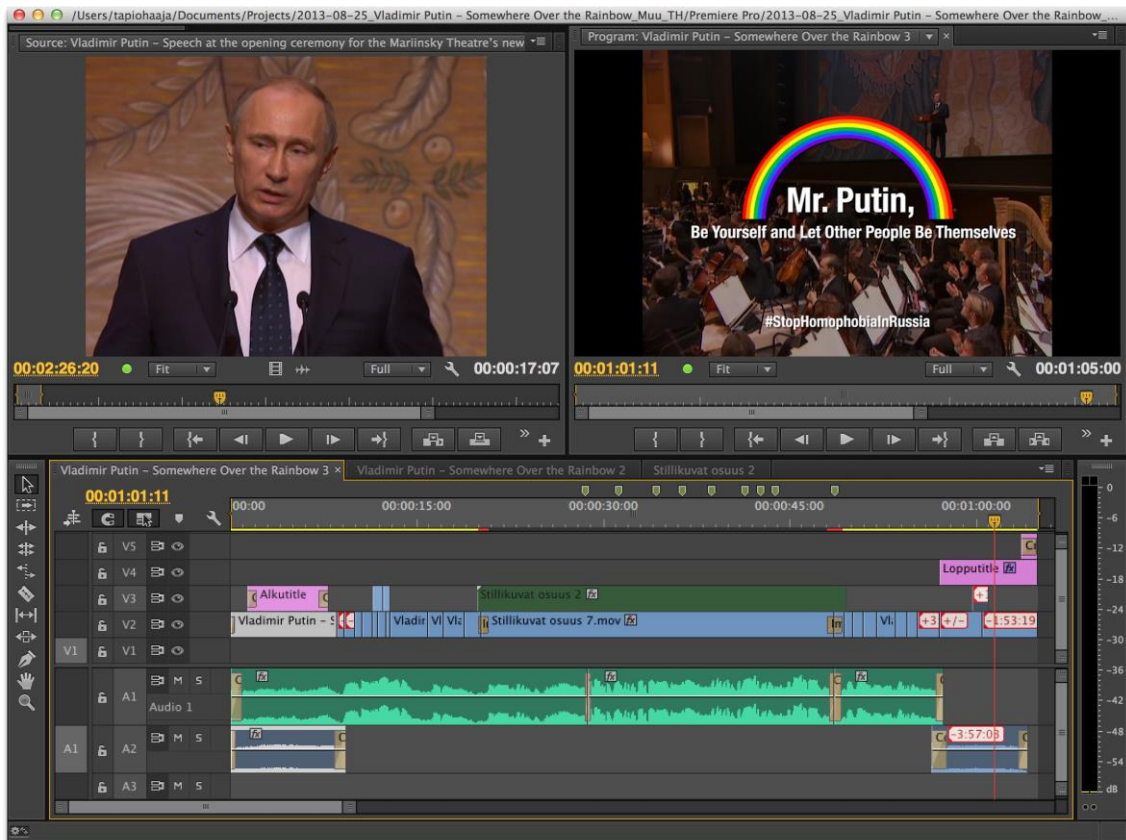
Kappaleesta *Somewhere over the rainbow* löytyi kymmeniä eri versioita, mutta Frank Sinatran versio kuulosti mielestäni parhaalta. Halusin kappaleen parhaalla mahdollisella laadulla ja

ostin sen käyttööni iTunesista. Vuoden 2009 jälkeen iTunesista ostetuissa kappaleissa ei ole ollut minkäänlaista kopiointisuojausta ja niitä pystyy suoraan sellaisenaan editointiohjelmissa.

5.3.3 Tekoprosessi

Päätin editoida videon Adobe Premiere Pro CC -editointiohjelmassa, koska olin käyttänyt sitä eniten viime aikoina. Tästä syystä uskoin osaavani parhaiten hyödyntää tällä editointiohjelmalla nopeutuksia sekä hidastuksia luodakseni toimivan huulisynkronin. Aloitin lyhentämällä kolme ja puoli minuuttia pitkän *Somewhere over the rainbow* -kappaleen minuutin pituiseksi, koska en uskonut vitsin kantavan koko kappaleen pituutta. Tämän jälkeen aloin etsiä Vladimir Putinista sopivaa materiaalia, missä hän näyttäisi laulavan. Nopeasti jouduin toteamaan, että Putin ei varsinaisesti ole kovin eloisa puhuessaan ja aloin epäillä onnistuisinko edes auttavasti huulisynkronissa. Parhaaksi materiaaliksi osoittautui Putinin pitämä puhe Mariinski-teatterin uuden rakennuksen avajaisissa. Puheen aikana Putin hieman elehtii käsillään ja jopa nauraa parissa kohdassa. Lisäksi Mariinski-teatteri lokaationa on sellainen, missä Frank Sinatra olisi oikeastikin voinut esiintyä.

Huulisynkronin teko osoittautui vaikeammaksi kuin mitä olin odottanut. Yritin kymmeniä eri kohtia, hidastin ja nopeutin, mutta en saanut illuusiota toimimaan hyvin missään vaiheessa. Lopulta ymmärsin, että Putinin nopeasti puhuma venäjä ja hidas *Somewhere over the rainbow* -kappale ovat niin kaukana toisistaan, että en ehkä pysty saamaan niitä mitenkään toimimaan kunnolla yhdessä. Katselin internetissä malliksi muutamia videoita, missä huulisynkroni oli mielestäni toiminut hyvin ja tajusin, että kaikissa kappaleen ja henkilöiden puhuma kieli olivat olleet samoja. Ehkä huulisynkroni eri kielillä on haastavaa, koska kielten rakenne ja sitä myötä tulevat suun liikkeet ovat niin erilaisia. Tällainen tuntuma tuli itselleni. Sain lopulta huulisynkronin toimimaan auttavasti ja tyydyin siihen.



Kuva 27: Kuvakaappaus Premiere Pro CC –editointiohjelmasta.

Seuraavaksi tein videon keskikohtaan kuvituksen lataamistani still-kuvista. Pyrin vuoronperään näyttämään homoeroottisia kuvia Putinista ja homoista sateenkaarilipun kanssa. Koska useimmat kuvat eivät täyttäneet koko ruutua lisäsin taustalle sateenkaarilipun värit. Laitoin kuviin vielä pienet zoomaukset, jotta ne eivät näyttäisi liian staattisilta.

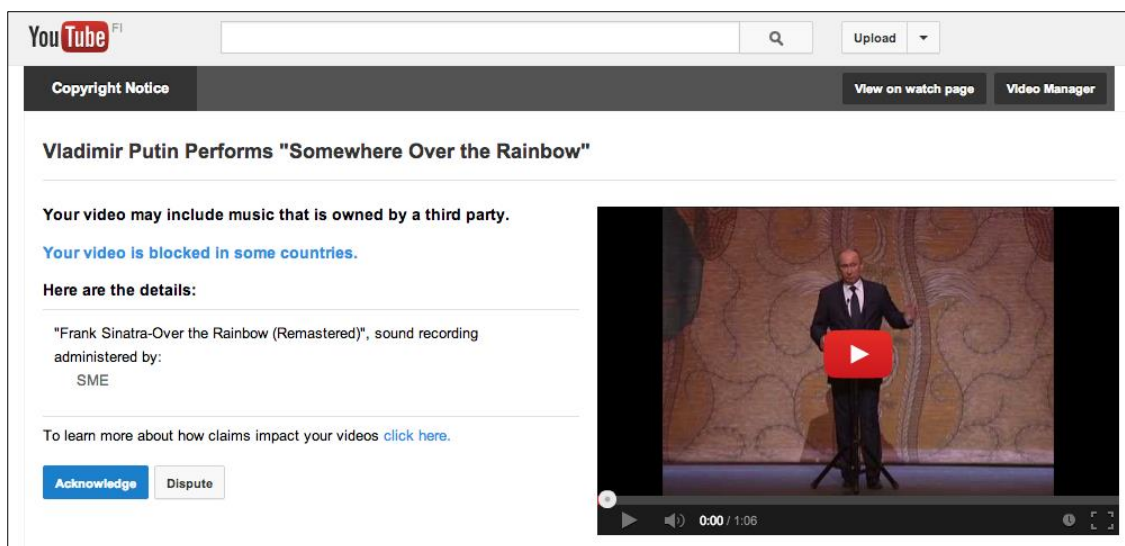
Video tarvitsi tehokkaan lopetuksen, joka summaisi koko videon ajatuksen. Päädyin lopulta graafiseen sateenkaareen, jonka alla kehoitan tekstigrafiikalla Putinia antamaan muidenkin olla omia itsejään. Lisäsin vielä videon alkuun tekstigrafiikalla Vladimir Putinin ja kappaleen nimen samaan tyyliin kuin musiikkikanavat näyttävät tiedot kappaleiden alkaessa. Ajattelin tämän lisäävän musiikkivideomaisuutta.

5.3.4 Levitys ja vastaanotto

Latasin valmiin videon YouTubeen samalla videoremixerify nimimerkillä kuin aikaisemmatkin videoni. Videon kuvaukseksi laitoin pelkästään Putinille kehotuksen lopettaa homofobia Venäjällä. Videon levittämisen aloitin jälleen kerran ehdottomalla sitä Riemurasiaan. Koska tämä oli ensimmäinen täysin englanniksi tekemäni video olin enemmän kiinnostunut levittämään vi-

deota maailmanlaajuisesti kuin pelkästään Suomessa. Ajattelin Redditiin¹⁴ olevan hyvä paikka videon levitykselle. Redditissä käyttäjät voivat lähettää linkkejä tai tekstiartikkeleita, joiden kiinnostavuudesta käyttäjät voivat äänestää ja joista käyttäjät voivat keskustella. Sivusto näyttää normaalisti linkkejä, jotka kullakin hetkellä saavat runsaasti positiivisia ääniä. Sivusto jakaa linkit ja keskustelut aihepiireittäin ”subreddit” -osioihin ja lisäsin videon ”world politics” – subredditin alle, koska pääasiassa hauskoja kuvia ja videoita sisältävässä ”funny” – subredditissä kaikki poliittinen on kielletty.

Seuraavana päivänä menin Redditiin katsomaan oliko jakamaani linkkiä kommentoitu, mutta ihmetyksekseni se ei ollut saanut minkäänlaista reaktiota. Yleensä Redditissä ihmiset äänestää linkkejä alaspäin, jos he eivät tykkää, mutta linkkini ei ollut herättänyt mitään reaktiota. YouTubeassa huomasin todennäköisen syyn. Videon katselu oli estetty joissain maissa, koska YouTube oli tunnistanut Frank Sinatran *Somewhere over the rainbow* -kappaleen tekijänoikeudella suojatuksi. YouTube ei kuitenkaan kerro missä maissa videon katselu on estetty. Redditiin käyttäjistä suurin osa on Yhdysvalloissa, joten oletin videon katselun olevan estetty ainakin siellä.



Kuva 28: YouTube estää tekijänoikeusrikkomusten takia videon esittämisen tietyissä maissa.

Suomessa video oli kuitenkin edelleen katsottavissa ja Riemurasia oli lisännyt videon sivuilleen. Katsomiskerrat nousivat reiluun sataan vuorokaudessa, mutta pysähtyivät siihen. Ihmiset eivät siis alkaneet itse levittämään videota eteenpäin Riemurasiasta. Oletin videon olevan katsottavissa Euroopassa ja etsin keskusteluja homojen oikeuksista ja löysin Pinknews-sivuston, joka väittää olevansa Euroopan suurin uutissivusto homoilta. Sivuilta löytyi useampia artikkeleita Vladimir Putinista ja homojen oikeuksista. Kävin lisäämässä parin uuden artikkelin komment-

¹⁴ <http://www.reddit.com/>

teihin linkin videooni. Videota katsottiin seuraavan vuorokauden aikana noin sata kertaa lisää, mutta jälleen katsominen pysähtyi siihen. Eli edes Pinknews-sivuston kautta videon nähneet ihmiset eivät alkaneet levittämään videota eteenpäin, vaikka mielestäni he olivat juuri videon ydinkohderyhmää. Positiivisena puolena huomasin YouTubessa muutaman henkilön peukutaneen videota eli ainakin jotkut olivat tykänneet siitä.

Tässä vaiheessa aloin hyväksymään ettei video lähtisi leviämään. Yksi ongelma varmasti oli ettei videota pysty edes näkemään kaikissa maissa, mutta siitä huolimatta video olisi alkanut leviämään, jos se olisi toiminut. Video ei ehkä yksinkertaisesti ollut riittävän hyvä, että ihmiset olisivat alkaneet levittämään sitä. Videon kantava idea oli huulisynkroni ja sitä kautta syntyvä hauskuus. En saanut huulisynkronia toimimaan riittävän hyvin ja video näyttää pääosin siltä, että taustalla soi kappale ja Vladimir Putin vain pitää puhetta. Illuusio laulamisesta ei toimi. Muitakin ongelmia videossa varmasti on, mutta mielestäni tämä on suurin. Kaikesta huolimatta video voi toki vielä myöhemmin yllättäen lähteä leviämään.

6 Päätelmät

Tässä luvussa käyn läpi todentuivatko tutkimushypoteesini. Lisäksi reflektoin opinnäytetyöni tutkimus- ja tekoprosessiani. Lopuksi vielä tiivistän ohjeiksi mielestäni tärkeimmät tekemäni havainnot poliittisten remix-videoiden tekemiseen.

6.1 Tutkimushypoteesien todentuminen

Tutkimushypoteesini olivat seuraavat:

1. On olemassa selkeitä audiovisuaalisia ja sisällöllisiä lähestymistapoja, joiden pohjalta monet poliittiset remix-videot rakentuvat.
2. Näitä audiovisuaalisia ja sisällöllisiä lähestymistapoja käyttämällä videoharrastajat voivat luoda poliittisia remix-videoita helposti ja tehokkaasti.

Lyhyesti koen onnistuneeni todentamaan tutkimushypoteesini. Etsiessäni poliittisia remix-videoita analysoitavaksi huomasin tiettyjen lähestymistapojen toistuvan usein ja näiden lähestymistapojen pohjalta jaoin poliittiset remix-videot kahdeksaan eri alagenreen. Alagenrejä olisi varmasti löytynyt vielä lisääkin, mutta en halunnut luoda omia alagenrejä videoille, joista ei oman kokemukseni mukaan helposti ole löydettävissä esimerkkejä. Analysoituani poliittisia remix-videoita kahdeksasta eri alagenresta pystyin ensimmäisen tutkimushypoteesini mukaisesti toteamaan, että monet suuria katsojamääriä saaneet poliittiset remix-videot rakentuvat tietyille selkeille audiovisuaalisille ja sisällöllisille lähestymistavoille.

Löydettyäni kahdeksan eri lähestymistapaa poliittisten remix-videoiden tekemiseen kokeilin muutamien lähestymistapojen toimivuutta käytännössä tekemällä kolme eri poliittista remix-videoa. Tavoitteeni oli todentaa, että löytämiäni lähestymistapoja käyttämällä videoharrastajat voivat luoda vaikuttavia poliittisia remix-videoita helposti ja tehokkaasti. Vaikka en itse varsinaisesti ole enää ehkä luettavissa videoharrastajaksi, niin mielestäni kokemukseni kuitenkin todentavat toisen tutkimuskysymykseni todeksi. Kaksi kolmesta tekemästani videosta lähtivät leviämään ja ne saivat tuhansia katsojia muutamassa päivässä. *Hitler kuulee pakkoruotsista* -videon kohdalla tavoitteeni oli saada allekirjoittajia kansalaisaloitteelle ja keskustelufoorumeilta löysin jopa todisteita, että videon nähtyä ihmiset olivat menneet allekirjoittamaan sen. Kolmas videoni Vladimir Putinista laulamassa *Somewhere over the Rainbow* -kappaletta ei lähtenyt leviämään. Alaluvussa 4.3.1 käsittelin huulisynkronia ja kuinka se vaatii toimiakseen taitavan leikkaajan ja paljon lähdemateriaalia. En saanut huulisynkronia toimimaan, koska en löytänyt kappaleeseen sopivaa lähdemateriaalia Putinista. Ymmärsin myös, että laulettu englannin ja puhuttu venäjän yhdistäminen näyttämään laulamiselta on yllättävän vaikeaa ellei jopa mahdotonta. Uskon huulisynkronin toimimattomuuden olleen suurimman syyn, miksi video ei lähtenyt leviämään. Todennäköisesti lähestymistavassa ei siis itsessään ollut vikaa, mutta toteutukseni jäi puolittiehen.

6.2 Reflektointi

Motivaationi lähteä tekemään opinnäytetyötä poliittisista remix-videoista syntyi halusta käyttää taitojani edistämään asioita, joihin syvästi uskon. Työskentelin promotuottajana MTV Mediassa vuodesta 2003 vuoteen 2012 tehden tuhansia tv-promoja. Tykkäsin työstäni todella paljon, mutta jossain vaiheessa syntyi halu tehdä muutakin kuin markkinoida viihdettä. Poliittisten remix-videoiden tekijät haluavat aina vaikuttaa videoillaan eli pohjimmiltaan he tähtäävät samaan kuin tv-kanavat promoillaan. Yhtäläisyyksien takia poliittisten remix-videoiden tekeminen tuntui itselleni luonnolliselta tavalta harrastaa kansalaisaktivismia. Ennen kuin aloin tehdä poliittisia remix-videoita halusin kuitenkin tutkia videotasavaltaa ilmiönä ja olemassa olevia poliittisia remix-videoita. Opinnäytetyö tarjosi tähän hyvät puitteet.

Olin aluksi todella kiinnostunut ja huolestunut tekijänoikeudellisista kysymyksistä. Mitä enemmän kuitenkin perehdyin poliittisiin remix-videoihin, niin sitä vakuuttuneempi olin ettei niistä kannata juurikaan välittää ei-kaupallisessa käytössä. Poliittisten remix-videoiden tarkoituksena on yleensä kritisoida jotain asiaa ja näin ollen vaikuttaa ihmisiin. Usein kritisoivasta kohteesta löytyvä videomateriaali on tekijänoikeudella suojattua ja näin ollen kritiikin tekeminen laillisesti olisi erittäin vaikeaa. Mielestäni on epätodennäköistä, että joku tekijänoikeuden haltija alkaisi vaatimaan rahallisia korvauksia poliittisten remix-videoiden tekijöiltä. Poliittisilla remix-videoilla ei kuitenkaan tehdä rahaa. Suurin uhka tekijänoikeudella suojattua materiaalia käytettäessä näyttää olevan YouTuben automaattinen tunnistus, joka estää tai poistaa videon huomattaessaan siinä tekijänoikeudella suojattua materiaalia.

Ristiriitaisia tunteita nousi pintaan videoiden tekoprosessien aikana. Koin moraalista krapulaa tehtyäni ensimmäisen poliittisen remix-videoni eli ironisen musiikkivideon Kurren ja Maki Kolehmaisen Sauli Niinistölle tekemälle kappaleelle *Kuuden vuoden kuuliaisuus*. Videon teon aikana olin täynnä vihaa ja pettymystä Sauli Niinistön voitettua presidentinvaalit, mutta videon valmistuttua ja yön yli nukuttuani tunteeni normalisoituivat ja aloin tuntea häpeää videostani. Koin syyllistyneeni ala-arvoiseen toimintaan tehdessäni halvalla tavalla Saulin äänestäjistä pilkkaa. En pidä iltapäivä- ja viihdelehtien tavasta uutisoida asioita kohukuvin ja -otsikoin ja nyt tunsin itse syyllistyneeni samaan. Hetken harkitsin videon poistamista kokonaan Youtubesta, mutta näytin sen vaimolleni sekä muutamalle ystävälleni ja heidän mielestään video ei ollut lainkaan paha, joten päätin jättää sen. Tunnemyrskyn seurauksena päätin ettei tulevat poliittiset remix-videoini perustuisi pilkkaamiseen vaan mieluiten hyvään fiilikseen.

Toinen poliittinen remix-videoni oli *Hitler kuulee pakkoruotsista*. En halunnut pilkata ketään ja siksi en käyttänyt tekstissäni kenenkään henkilöiden nimiä. Olin tyytyväinen lopputulokseen ja koin jopa pientä ylpeyttä, kun keksimistäni kommentteista osa oli varsin nokkelia ilman ala-arvoista kieltä. YouTubeella JatsiQ nimimerkillä oleva käyttäjä teki oman remixinsä videostani ja antoi sille nimeksi *Pakkoruotsin perikato II*. Kun näin tämän videon huomasin olevani hieman nörkästynyt, että kuinka joku oli kehdannut varastaa minun käsikirjoitukseni. Hetken päästä kuitenkin jo nauroin reaktiolleni ja olin vain imarreltu siitä, että joku oli kokenut videoni niin hyväksi, että halusi tehdä siitä oman versionsa. Pieni kilpailuhenkisyys minussa kuitenkin toivoi ettei JatsiQ:n video saisi omaa videotani enempää katsojia. Syyskuun 2013 alussa minun video oli katsottu reilu 6000 kertaa ja JatsiQ:n videota noin 1000 kertaa.

Kolmannessa videossani laitoin Vladimir Putinin laulamaan *Somewhere over the rainbow* – kappaletta huulisynkronilla ja huomasin taas palanneeni pilkkaamiseen. Tällä kertaa en kuitenkaan tuntenut huonoa omaa tuntoa, koska mielestäni pilkan kohde Vladimir Putin oli ansainnut kaiken kritiikin. Valitettavasti video ei lähtenyt leviämään toivotusti. Todennäköisesti huonon toteutuksen vuoksi. Huulisynkronilla luotu illuusio laulavasta Putinista ei toiminut. Minulla on lähes kymmenen vuoden leikkauskokemus enkä kuitenkaan saanut huulisynkronia toimimaan. Tunsin itseni epäonnistuneeksi katsoessani lopputulosta. Ehkä luovutin hieman liian aikaisin. Olisin varmasti pystynyt parempaan, jos minulla olisi ollut riittävästi motivaatiota käydä suuria määriä materiaaleja läpi Putinista. Jostain syystä sitä ei nyt kuitenkaan ollut. Ajattelin myös, että kyllä video tällaisenaankin kuitenkin lähtee leviämään. Olin siis ehkä tullut hieman ylimieliseksi, koska kaksi ensimmäistä videotani olivat lähteneet leviämään kohtuullisen hyvin. Ei olisi kannattanut olla ylimielinen ja olisi pitänyt kuunnella omaa ääntäni joka sanoi, että video ei ole vielä riittävän hyvä julkaistavaksi.

Tässä opinnäytetyössä vain sivusin levitystä, mutta ymmärsin poliittisia remix-videoita tehdesäni, että tehokas levitys ansaitsisi oman tutkimuksensa. Vaikka video olisi kuinka hyvä, niin ilman hyviä levityskanavia video jää todennäköisesti vain pienen piirin jutuksi.

Poliittiselle remix-videolla voi selkeästi vaikuttaa ja aion tehdä niitä jossain muodossa jatkossakin. Sinä aikana kuin tein opinnäytetyötä Twitter julkaisi Vine-videopalvelun¹⁵, missä videot ovat maksimissaan kuuden sekunnin pituisia luuppeja. Myös Instagramissa¹⁶ tuli mahdolliseksi tehdä viidentoista sekunnin pituisia videoita. Etenkin Vine-videot ovat kuin seuraava askel gif-animaatioista ja niitä kulutetaan ja selataan eri tavalla kuin esim. perinteisiä YouTube-videoita. Saadakseen suosiota näissä videopalveluissa tekijöiden pitää olla uudella tavalla luovia. Instagramiin voi viedä tietokoneella tehtyjä videoita, mutta Vine ei ilman pientä hakkerointia varsinaisesti tue muita kuin sen omalla ohjelmalla kuvattuja videoita. Remixien teko Vine-videopalveluun ei siis ole helposti mahdollista, mutta Instagramiin taas on. Itseäni kiinnostaisi seuraavaksi tutkia minkälainen rooli näillä videopalveluilla on videotasavallassa ja miten niitä ja ylipäätään muutaman sekunnin pituisia helposti levitettäviä videoita voi parhaalla mahdollisella tavalla käyttää hyödyksi kansalaisaktivismissa.

6.3 Ohjeita poliittisten remix-videoiden tekemiseen

Tiivistän ohjeiksi tässä aluvussa mielestäni tärkeimmät tekemäni havainnot poliittisten remix-videoiden tekemiseen.

Idea ja lähestymistavan valinta

Usein suuria katsojamääriä saaneet poliittiset remix-videot kritisoivat ajankohtaisia aiheita ja myös kaikki tähän opinnäytetyöhön tekemäni poliittiset remix-videot ottivat kantaa ajankohtaisiin asioihin. Omat ideani sain yksinkertaisesti seuraamalla useita eri uutislähteitä ja pysymällä ajan tasalla keskustelua herättävistä aiheista. Lähestymistavan valinta ja idea kulkevat käsi kädessä. Tietyt lähdemateriaalit, tapahtumat, tilanteet jne. mahdollistavat helpommin tiettyjen lähestymistapojen valinnan. Ideoita saa helpommin kun tuntee useita eri lähestymistapoja. Lyhyesti ohjeeni tekijöille ideoiden saantiin ja lähestymistavan valintaan on, että tutustu olemassa oleviin poliittisiin remix-videoihin, kiinnitä huomiota eri lähestymistapoihin ja seuraa aktiivisesti ajankohtaisia asioita eri uutislähteistä.

Materiaalinhankinta

Poliittisten remix-videoiden ollessa kyseessä mielestäni materiaalinhankinnassa kannattaa tekijänoikeudelliset asiat ottaa huomioon etenkin jos tarkoituksena on saada materiaali jatkolevi-

¹⁵ <http://vine.co/>

¹⁶ <http://instagram.com/>

tykseen. Jos tavoitteena on kuitenkin vain tehdä nopeasti erittäin ajankohtaisiin aiheisiin sidottua kritiikkiä, niin en ehkä itse olisi kovinkaan huolissani tekijänoikeuksista. Tosin YouTubeen automaattinen tekijänoikeudella suojatun materiaalin tunnistus on oman kokemukseni mukaan ”valitettavan” toimiva etenkin kansainvälisen populaarikulttuurin suhteen. Eli jos esimerkiksi poliittisessa remix-videossa käyttää tunnettua hittikappaletta niin todennäköisyys on suuri, että YouTube automaattisesti poistaa videon palvelusta. Materiaalin hankinnassa kannattaa siis pitää tekijänoikeudelliset asiat mielessä tietyin varauksin.

Loistavia lähteitä materiaalinhankintaan tänä päivänä ovat internetin videojakopalvelut kuten YouTube. Monet videojakopalvelut eivät anna suoraan ladata videoita omalle koneelle, mutta internetistä löytyy sivustoja, jotka mahdollistavat tämän. Alaluvussa 5.1.2 käsittelin esim. Keepvid-sivustoa, joka antaa ladata videoita mm. YouTubeista, Vimeosta, Facebookista ja Dailymotionista. TV-kaista palvelun hankkimista kannattaa harkita, jos pääasiallisena lähteenä ovat tv-lähetykset. TV-kaista nauhoittaa automaattisesti kaikki ohjelmat suomalaisilta ilmaiskanavilta ja säilyttää ne katsottavissa kuukauden ajan. Katsomisen lisäksi TV-kaistaa antaa ladata ohjelmat palvelusta. Käsittelin TV-kaistaa tarkemmin alaluvussa 5.1.2.

Teknisesti materiaalinhankinnassa kannattaa huolehtia, että lataa videot parhaalla mahdollisella laadulla. Parhaalla mahdollisella laadulla tarkoitan suurta resoluutiota ja vähäistä videopakkausta. Kuvista kannattaa myös pyrkiä löytämään mahdollisimman suuret versiot, koska tällöin niitä pystyy zoomaamaan laadun heikentymättä. Äänissä MP3-tiedostot ovat pääasiallisesti riittävän hyvälaatuisia. Poikkeuksena pakkaamattomat AIFF- ja WAV -äänitiedostot ovat suositeltavia, jos ääniä aiotaan rankasti jälkikäsitellä.

Tekoprosessi

Teen itse lähes aina äänipohjan ensin olennaisilta osin valmiiksi ja vasta sen jälkeen huolehdin videon kuvittamisesta. Äänipohjalla saa helposti luotua halutun rytmin ja rakenteen videolle. Tämä auttaa hahmottamaan paremmin kokonaisuuden ja näin mahdolliset ongelmakohtatkin on helpompi huomata jo alkuvaiheessa. Suosittelen tätä lähestymistapaa lähtökohtaisesti, riippuen tietenkin minkälaista poliittista remix-videota ollaan tekemässä. Alaluvussa 5.1.3 käsittelin asiaa tarkemmin.

Eri editointiohjelmien väliset erot eivät ole niin suuria, että joku olisi ylivoimaisesti parempi kuin toinen poliittisten remix-videoiden tekoon. Kaikissa on omat vahvuutensa ja heikkoutensa. Jos osaa jo entuudestaan jotain ohjelmaa, niin lähtökohtaisesti suosittelen editoimaan sillä ja säästämään uuden ohjelman opetteluun menevän ajan paremman sisällön suunnitteluun. Adobe Premiere Pro CC -editointiohjelma on kuitenkin jatkossa oma valintani poliittisten remix-videoiden tekoon, koska se tukee useampia tiedostoformaatteja kuin mikään muu ohjelma ja sillä pystyy suoraan editoimaan mm. YouTubeista ja TV-kaistasta ladattua videomateriaalia.

Kolmannen videoni kohdalla uskottelin itselleni, että huulisynkroni toimii riittävän hyvin, vaikka intuitioni koko ajan kertoi minulle ettei se vielä toimi. Video ei lähtenyt leviämään ja varmasti yksi suuri syy oli juuri toimimaton huulisynkroni. Kannattaa siis luottaa intuitioon poliittisia remix-videoita tehdessä ja parannella videota niin pitkään, kunnes se tuntuu toimivan.

Levitys

Oman kokemukseni mukaan YouTube toimii tällä hetkellä parhaiten maailmanlaajuisena videopalveluna. YouTubeen videot skaalautuvat hyvin toimien niin hitailla mobiiliyhteyksillä kuin nopeilla laajakaistoillakin. YouTube-videot toimivat myös hyvin kaikissa tuntemissani sosiaalisissa medioissa. Lähtökohtaisesti suosittelen siis poliittisten remix-videoiden lataamista YouTubeen. YouTubeen huonona puolena on sen automatiikka, joka saattaa huomata osan tekijänoikeudella suojatusta materiaalista ja pahimmillaan poistaa koko videon palvelusta.

Videota ei automaattisesti kukaan löydä videojakopalveluista vaikka se olisi kuinka hyvä ja ainakin aluksi sitä pitää itse levittää. Hyvä paikka aloittaa on sosiaalinen media. Facebookista voi etsiä ryhmiä, jotka keskustelevat kritisoidusta asiasta ja lisätä video sinne. Twitterissä linkin videoon voi twiitata sopivalla hashtagilla. Riemurasia ja Naurunappula.com tyyliet huumorisivustot ovat loistavia paikkoja videoiden levittämiseen, jos sisältö on hauskaa. Kannattaa etsiä Googlen avulla keskustelufoorumeilta aktiivisia keskusteluja kritisoidusta asiasta ja osallistua niihin lisäten aina linkki videoon. Videon levittämisessä ei ole olemassa yhtä ainoaa oikeaa tapaa ja kuten muissakin poliittisen remix-videon tekovaiheissa kannattaa tässäkin käyttää luovuutta vapaasti. Remix-kulttuuri sekä sosiaalinen media myös muuttuvat niin nopeasti, että minun vuonna 2013 hyväksi toteamat menetelmät voivat vanheta nopeastikin. Olennaista on tavoittaa ne ihmiset, jotka suhtautuvat intohimoisesti kritisoiutuun asiaan. Levittämisen tarkoituksenaan on yksinkertaisesti vain sysätä video liikkeelle, jonka jälkeen parhaimmillaan videon nähneet alkavat itse levittää videota ja siitä tulee viraalivideo.

7 Lähdeluettelo

Baio, A. (2011). *Supercut.org - About*. Haettu 17. 3. 2013 osoitteesta Supercut.org:

<http://supercut.org/about/>

Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: from production to produsage*. New York: Peter Lang Publishing.

Cisco Systems. (29. 5. 2013). *Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2012-2017*.

Haettu 15. 9. 2013 osoitteesta Cisco Systems:

http://www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns827/white_paper_c11-481360.pdf

Contactmusic.com. (2003). *Freeland - Album Listening Party*. Haettu 5. 8. 2013 osoitteesta

Contactmusic.com: <http://www.contactmusic.com/pages/freelandx08x09x03>

Creative Commons. (2011). *About - Creative Commons*. Haettu 20. 3. 2012 osoitteesta

<http://creativecommons.org/about>

Eastman, S. T.; & Perse, E. (2000). *Research in Media Promotion*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Ferguson, K. (2010-2012). *Everything Is a Remix*. Haettu 13. 4. 2012 osoitteesta

<http://www.everythingisaremix.info/watch-the-series/>

Forsström, T. (28. 4. 2011). *Teuvo Hakkarainen - Bileet minareetin tolpan nokassa*. Haettu 3. 7. 2013

osoitteesta YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=cn0rFO2x828>

go4thREVOLT. (17. 8. 2011). *Go Forth and Revolt*. Haettu 8. 8. 2013 osoitteesta YouTube:

<http://www.youtube.com/watch?v=UVc8auO1vuA>

Grayzeck, E. (27. 3. 2013). *NASA - NSSDC - Spacecraft - Details*. Haettu 7. 4. 2013 osoitteesta

Nasa: <http://nssdc.gsfc.nasa.gov/nmc/masterCatalog.do?sc=1977-084A>

Haaja, T. (22. 8. 2013). *Hitler kuulee pakkoruotsista*. Haettu 3. 9. 2013 osoitteesta YouTube:

<http://www.youtube.com/watch?v=EItsKOxPOcI>

Haaja, T. (6. 2. 2012). *Musiikkivideo // Kurre - Kuuden vuoden kuuliaisuus (tribuutti Saulin*

äänestäjille). Haettu 30. 8. 2013 osoitteesta YouTube: <http://youtu.be/0-KEndyu2HU>

Haaja, T. (27. 8. 2013). *Vladimir Putin Performs "Somewhere Over the Rainbow"*. Haettu 4. 9. 2013

osoitteesta YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=KgNf2uCko28&feature=youtu.be>

Hannon, C.;Bradwell, P.;& Tims, C. (2008). *Video Republic*. (London: Demos) Haettu 19. 3. 2012 osoitteesta <http://www.demos.co.uk/files/Video%20republic%20-%20web.pdf?1240939425>

Hartikainen, J. (2003). *Mitä missä milloin 2004*. Helsinki, Suomi: Otava.

Holopainen, S. (26. 1. 2012). *Netissä leviävä Hitler-ilmiö yllätti tutkijan täysin*. Haettu 7. 8. 2013 osoitteesta Ilta-Sanomat: <http://www.iltasanomat.fi/elokuvat/art-1288444942040.html>

Houlihan, B. (2004). *Keeping America Scared*. Haettu 19. 3. 2013 osoitteesta YouTube: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=XPBN1zu80jI#!

Howard, P. (23. 2. 2011). *The Arab Spring's Cascading Effects*. Haettu 08. 4. 2012 osoitteesta Miller-McCune: <http://www.miller-mccune.com/politics/the-cascading-effects-of-the-arab-spring-28575/>

Jarzka190. (11. 11. 2009). *Hitler kuulee Mediamaksusta*. Haettu 6. 8. 2013 osoitteesta YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=xNL4WOOLadk>

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

Jenkins, H.;Ford, S.;& Green, J. (2013). *Spreadable Media*. New York and London: New York University Press.

Kanerva, J. (17. 8. 2013). *Arhinmäki heilutti sateenkaarilippua Moskovon stadionilla*. Haettu 5. 9. 2013 osoitteesta Ilta-Sanomat: <http://www.iltasanomat.fi/yleisurheilu/art-1288590841961.html>

Kaplan, A.;& Haenlein, M. (2011). Two hearts in three-quarter time: How to waltz the social media/viral marketing dance . Teoksessa *Business Horizons* 54 (ss. 253-263). Indiana: Kelley School of Business.

Lürzer's Archive. (13. 3. 2009). *Kalle Lasn: Clearing the Mindscape*. Haettu 8. 8. 2013 osoitteesta Adbusters: https://www.adbusters.org/blogs/adbusters_blog/kalle_lasn_clearing_mindscape.html

Lederman, M. (28. 4. 2013). 'Citizen journalists' key to his Occupy doc, says Corey Ogilvie. Haettu 2. 8. 2013 osoitteesta The Globe and Mail: <http://www.theglobeandmail.com/arts/film/citizen-journalists-key-to-his-occupy-doc-says-corey-ogilvie/article11579450/>

Lessig, L. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York: Penguin Press.

Luukka, T. (23. 4. 2009). *Tv-maksun tilalle ehdotetaan mediamaksua*. Haettu 6. 8. 2013 osoitteesta Helsingin Sanomat: <http://www.hs.fi/kulttuuri/artikkeli/Tv-maksun+tilalle+ehdotetaan+mediamaksua/1135245401104>

Manovich, L. (2008). *Software Takes Command*. (San Diego: www.manovich.net) Haettu 18. 3. 2012 osoitteesta http://softwarestudies.com/softbook/manovich_softbook_11_20_2008.pdf

McIntosh, J. (2012). *A History of Subversive Remix Video before YouTube: Thirty Political Video Mashups Made between World War II and 2005*. Haettu 21. 3. 2012 osoitteesta <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/371/299>

McIntosh, J. (2011). *About Political Remix Video*. Haettu 19. 3. 2012 osoitteesta Political Remix Video | hacking pop culture - transforming mass media: <http://www.politicalremixvideo.com/what-is-political-remix/>

Meeks, T. (17. 2. 2011). *Earth the Pale Blue Dot: Revolutions*. Haettu 7. 4. 2013 osoitteesta YouTube: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=WDZWb9x8e9Q

Meeks, T. (13. 2. 2011). *Message From Space: The Egyptian and Tunisian Democratic Revolutions and Carl Sagan's "Earth: The Pale Blue Dot"*. Haettu 7. 4. 2013 osoitteesta Message From Space: <http://www.torreymeeks.blogspot.fi/2011/02/egyptian-revolution-and-carl-sagans.html>

Mekay, E. (11. 2. 2011). *Arab Women Lead the Charge*. Haettu 8. 4. 2012 osoitteesta IPS [ipsnews.net](http://ipsnews.net/news.asp?idnews=54439): <http://ipsnews.net/news.asp?idnews=54439>

Miller, M. (9. 8. 2011). *Levi's Takes Go Forth Campaign Global*. Haettu 8. 8. 2013 osoitteesta brandchannel: <http://www.brandchannel.com/home/post/2011/08/09/Levis-Go-Forth-Global-Campaign.aspx>

Mr. Mondialisation. (31. 12. 2010). *Mr. Mondialisation - We Want Your Soul*. Haettu 5. 8. 2013 osoitteesta YouTube: http://www.youtube.com/watch?v=IDiXPO_r6M

Neate, R. (11. 8. 2011). *Levi's pulls 'riot' ad after UK violence*. Haettu 8. 8. 2013 osoitteesta The Guardian: <http://www.theguardian.com/media/2011/aug/11/levis-riot-ad-uk-violence>

Ogilvie, C. (10. 10. 2011). *I'am Not Moving - Short Film*. Haettu 2. 8. 2013 osoitteesta YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=zjfhOPCPJnE>

Ross Sorkin, A. (17. 9. 2012). *Occupy Wall Street: A Frenzy That Fizzled*. Haettu 2. 8. 2013 osoitteesta New York Times: <http://dealbook.nytimes.com/2012/09/17/occupy-wall-street-a-frenzy-that-fizzled/>

Söderberg, J. (2003). *Bush and Blair's Endless Love*. Haettu 1. 4. 2013 osoitteesta YouTube:
http://www.youtube.com/watch?v=w8rr6fz1hQQ&feature=player_embedded#!

Söderberg, J. (2012). *soderberg.tv - editor, director, artist Johan Söderberg*. Haettu 1. 4. 2013
osoitteesta <http://www.soderberg.tv>

Sonvilla-Weiss, S. (2010). Introduction: Mashups, Remix Practices and the Recombination of Existing Digital Content. Teoksessa S. Sonvilla-Weiss, *Mashup Cultures* (ss. 8-23). Wien: SpringerWienNewYork.

Suddath, C. (16. 3. 2012). *Five Reasons the Kony Video Went Viral*. Haettu 11. 4. 2012 osoitteesta Businessweek: <http://www.businessweek.com/articles/2012-03-16/five-reasons-the-kony-video-went-viral>

Suomen näytelmäkirjailijaliitto. (2011). *Tekijänoikeus näytelmäkirjailijan ja käsikirjoittajan näkökulmasta*. Haettu 16. 4. 2012 osoitteesta Suomen näytelmäkirjailijaliitto:
<http://www.sunklo.fi/content.php?&id=30&mid=7>

Töyrylä, K. (13. 8. 2013). *Venäjä: Uutta homolakia sovelletaan Sotshin olympialaisissa*. Haettu 5. 9. 2013 osoitteesta Yleisradio:
http://yle.fi/uutiset/venaja_uutta_homolakia_sovelletaan_sotshin_olympialaisissa/6774180

The Center for Social Media. (2008). *Code of Best Practices in Fair Use for Online Video*. Haettu 20. 3. 2012 osoitteesta
http://www.centerforsocialmedia.org/sites/default/files/online_best_practices_in_fair_use.pdf

University of Southern California. (2011). *24/7 a DIY Video Summit*. Haettu 13. 3. 2013 osoitteesta 24/7 a DIY Video Summit: <http://www.video24-7.org/>

YouTube. (2013). *Press Statistics*. Haettu 15. 9. 2013 osoitteesta YouTube:
http://www.youtube.com/t/press_statistics

Zettl, H. (1998). *Sight, sound, motion: applied media aesthetics 3rd edition*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.

8 Kuvaotsikkoluettelo

Kuvat

Kuva 1: Osallistuva kulttuuri.....	12
Kuva 2: Videotasavalta.	13
Kuva 3: Videotasavalta jaettuna neljään osaan. Suomennettu kirjasta Video Republic. (Hannon;Bradwell;& Tims, 2008, ss. 24, 40).....	16
Kuva 4: Remix-kulttuuri.	19
Kuva 5: Keeping America Scared (Houlihan, 2004).....	25
Kuva 6: Bush and Blair's Endless Love (Söderberg, 2003).....	27
Kuva 7: Earth the Pale Blue Dot: Revolutions (Meeks, 2011)	29
Kuva 8: Teuvo Hakkarainen - Bileet minareetin tolpan nokassa (Forsström, 2011).....	31
Kuva 9: I'am not Moving - Short Film (Ogilvie, 2011).....	33
Kuva 10: Mr. Mondialisation - We Want Your Soul (Mr. Mondialisation, 2010).....	35
Kuva 11: Hitler kuulee mediamaksusta (Jarzka190, 2009).....	37
Kuva 12: Go Forth and Revolt (go4thREVOLT, 2011)	39
Kuva 13: Musiikkivideo // Kurre - Kuuden vuoden kuuliaisuus (Haaja, 2012)	42
Kuva 14: Facebookissa kiertänyt pilakuva Sauli Niinistön kannattajista. Tekijä tuntematon.	43
Kuva 15: Keepvid mahdollistaa videon lataamisen YouTubesta useassa eri formaatissa.	44
Kuva 16: Kuvakaappaus Apple Final Cut Pro X -ohjelmasta (2012).	45
Kuva 17: Pekka Haaviston Facebook-kampanjasivulle lisäämäni linkki kommentteineen.	47
Kuva 18: Kommenttaja videoon Riemurasia sivustolla.	48
Kuva 19: Hitler kuulee pakkoruotsista (Haaja, 2013)	49

Kuva 20: Kommentti pakkoruotsista Suomi24-sivuston keskustelufoorumeilla	51
Kuva 21: Meemsi.com sivustolla voi tehdä helposti "Hitler kuulee" -videon.....	52
Kuva 22: Iltalehden keskustelufoorumille JoopajooJoopajoo nimimerkillä lisäämäni linkki videoon.	53
Kuva 23: Murobbs-sivuston keskustelufoorumeilla kommentteja videosta.	54
Kuva 24: Vladimir Putin Performs "Somewhere Over the Rainbow" (Haaja, 2013)	55
Kuva 25: Paavo Arhinmäki heiluttaa sateenkaarilippua yleisurheilun MM-kisoissa Moskovassa. Kuvaaja Jussi Saramo.	56
Kuva 26: BuzzFeed kokosi 16 homoeroottisinta kuvaa Vladimir Putinista.	57
Kuva 27: Kuvakaappaus Premiere Pro CC –editointiohjelmasta.	59
Kuva 28: YouTube estää tekijänoikeusrikkomusten takia videon esittämisen tietyissä maissa...60	

Taulukot

Taulukko 1: Yhteenveto löydetyistä lähestymistavoista	41
---	----